



LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU
Lahti University of Applied Sciences

INNOVATIIVINEN MEHILÄISTALOUS

LAHDEN
AMMATTIKORKEAKOULU
Matkailun ala
Palveluliiketoiminnan koulutusohjelma
Opinnäytetyö ylempi AMK
Kevät 2014
Soile Venäläinen

Lahden ammattikorkeakoulu
Palveluliiketoiminnan koulutusohjelma, ylempi AMK

VENÄLÄINEN, SOILE:

Innovatiivinen mehiläistalous

Palveluliiketoiminnan opinnäytetyö, 48 sivua, 4 liitesivua

Kevät 2014

TIIVISTELMÄ

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on innovoida uudenlaisia liiketoimintoja mehiläistalouden yhteyteen ja sitä kautta parantaa alan kannattavuutta.

Olen harrastanut mehiläishoitoa vuodesta 1997. Päätyökseni opetan ruoanlaittoa ravintolakokeille ammatillisessa oppilaitoksessa, Koulutuskeskus Salpauksessa. Henkilökohtainen tavoitteeni on kehittää sellainen liiketoimintojen yhdistelmä, jolla pystyisin elättämään itseni päätoimisena yrittäjänä ja hyödyntämään olemassa olevaa osaamistani ja ammattitaitoani. Olen siis samalla opinnäytetyöni toimeksiantaja.

Ideoita uusiksi liiketoiminnoiksi keräsin erilaisten menetelmien yhdistelmällä, dokumenttianalyysin, benchmarkingin ja tulevaisuusverstaan avulla, mutta myös keskustelemalla kehittämistehtävästäni lähiverkostoissani. Tietoperusta pohjautuu innovaatioita käsittelevään kirjallisuuteen.

Varsinaista uutta läpimurtoinnovaatiota pääasiallisen toimeentulon saamiseen mehiläistaloudesta en löytänyt, mutta useita eteenpäin kehittämisen arvoisia ideoita kylläkin. Koulutus nousi tärkeimmäksi osa-alueeksi, jota kannattaisi alkaa enemmän kehittää mehiläistalouden yhteen. Uusien mehiläishoitajien koulutus vuokrattavien, ns.leasing-mehiläispesien avulla ja käsityökurssit kotikosmetiikan, terveysvaikutteisten mehiläistuotteiden ja kynttilöiden valmistuksesta olivat hyviä ideoita.

Avoimet ovet on yksi tapa tehdä mehiläistaloutta tunnetuksi. Sitä kautta mehiläistaloutta voitaisiin alkaa kehittää enemmän matkailulliseen suuntaan. Tutustumiskäynnit, elämysleirit ja teemalliset viikonloppukurssit ovat kaikki mehiläistalouden matkailullista kehittämistä. Hunajakotikutsut ja asuntovaunumyymälä, josta myydään hunajaan ja mehiläisiin liittyviä tuotteita ovat molemmat esimerkkejä uudenlaisista jakelukanavista.

Avainsanat: mehiläistalous, ideointi, innovaatiot, yrittäjyys

VENÄLÄINEN, SOILE:

Innovative Apiculture

Master's Thesis in Hospitality Management, 48 pages, 4 pages of appendices

Spring 2014

ABSTRACT

The purpose of this thesis is to develop new kinds of businesses based on apiculture and in this way to improve the profitability of that field.

Apiculture has been my hobby since 1997. My main job is to teach cookery to restaurant cooks in vocational school at Salpaus Further Education. My personal goal for this thesis is to develop a combination of businesses based on my competence and skills, which would earn me my main living. Therefore, I'm the client of my thesis at the same time.

I collected the ideas for a new business through a combination of different methods: document analysis, benchmarking and future workshop, but also through discussions in my network. The knowledge basis of this thesis comes from the literature on innovations.

Even if I couldn't find any real breakthrough innovation with which to earn a living based on apiculture, I found several ideas worth developing further. Training arose as the most important field which would be worth developing based on apiculture. Education of new beekeepers about renting/leasing beehives and handicraft courses on homemade cosmetics, health products from bees and candles from beeswax are good ideas.

Open Doors Days are one way to make apiculture familiar to the public. That way it would be possible to develop apiculture more in the direction of tourism. Visits to an apiary, camps of experience tourism and weekend courses are all ways to develop apiculture tourism. Honey sales parties and a mobile shop, where honey and honey products are sold are both examples of new kinds of marketing channels.

Keywords: apiculture, ideation, innovations, entrepreneurship

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
2	MEHILÄISTALOUS	3
2.1	Nykytilanne	3
2.2	Raiskion nelikenttäanalyysi	4
2.3	Mehiläisalan tulevaisuus	6
3	INNOVATIIVINEN LIIKETOIMINTA	8
3.1	Strategia ja luovuus	8
3.2	Tuotteistaminen	9
3.3	Motivaatio yrittäjyyteen	11
3.4	Innovointistrategiat	12
3.4.1	Kyseenalaistaminen	13
3.4.2	Uusien tuotteiden luominen uudelle alueelle	14
3.4.3	Prosessien uudistaminen ja teknologian hyväksikäyttö	15
3.4.4	Verkostoituminen	16
4	LIIKETOIMINTOJEN KEHITTÄMISPROSESSI	17
4.1	Kehittämistehtävä	17
4.2	Lähestymistapa ja tietoperusta	18
4.3	Aineiston keruu	22
4.4	Tulevaisuusverstaan tuottamat ideat	25
4.5	Aineiston tulokset ja analyysi	29
4.5.1	Koulutus uutena innovaationa	32
4.5.2	Matkailua kohti vähitellen	34
4.5.3	Maanviljelyskö tukipilarina?	36
4.6	Toimintasuunnitelma vaiheittain	38
5	JOHTOPÄÄTÖKSET	42
	LÄHTEET	46
	LIITTEET	

1 JOHDANTO

Mehiläishoitajat ovat jo kauan miettineet muitakin vaihtoehtoja liiketoimintaan kuin pelkästään tuottaa hunajaa. Asiakaspalveluun ja laatuun panostamisesta puhuttiin 20 vuotta sitten, oman mehiläishoitoharrastukseni alkuaikoina. Tärkeintä ei ollutkaan, kuinka hoitaa mehiläisiä vaan kuinka myydä hunajaa, kun puhuttiin hunajantuotannosta liiketoimintana. Mehiläiskuolemat ovat yleistyneet niin Suomessa kuin muualla maailmassa. Pölyttäjien väheneminen voi johtaa jopa joidenkin kasvilajien katoamiseen. Kotoilun eli homing-trendin, lähiruoan sekä vallitsevan terveys- ja ympäristötietoisuuden myötä myös harrastajamainen mehiläishoito on lisääntynyt maaseudulla, mutta etenkin kaupungeissa. Taajamiin keskittynyt mehiläishoito alkoi parikymmentä vuotta sitten New Yorkista. Pölyttäjien tarve on kiistaton ja kotimaiselle hunajalle on kysyntää Suomessa. Suomalaiselle hunajalle olisi markkinoita myös ulkomailla sen puhtauden ja aromaattisen maun vuoksi. Hunajasato kuitenkin vaihtelee vuosittain sääolojen vuoksi, eikä hunajaa riitä edes omavaraisuuden ylläpitämiseen Suomessa. Hunajantuotannolle ja pölyttämislle on siis tarvetta, mutta päätoimisen mehiläishoitajan on vaikea saada elantonsa pelkästään hunajan tuotannosta lyhyen sesongin vuoksi. (Suomen Mehiläishoitajain Liitto 2013.) Tämän opinnäytetyön tavoittena on innovoida uudenlaisia liiketoimintoja mehiläistalouteen ja sitä kautta parantaa alan kannattavuutta.

Harrastan mehiläishoitoa kesäaikaan opettajatyöni ohessa. Päätyökseksi opetan ammatillisessa oppilaitoksessa ruoanlaittoa ravintolakokeille. Olen ollut sivutoiminen maaseutuyrittäjä ja viljellyt pientä kotitilaani palkkatyön ohessa vuodesta 1990. Olen yksityinen elinkeinonharjoittaja, joten minulla on jo olemassa Y-tunnus. Keväällä 2012 kuitenkin vuokrasin 10 peltohehtaaria naapurille heinäviljelyä varten, koska peltojen hoito on kannattavampaa näin kuin tuottamalla viljaa. Mehiläisiä olen hoitanut vuodesta 1997. Minut on kasvatettu yrittäjähenkiseksi ja edelleen suunnittelen, miten voisin elättää itseni päätoimisena yrittäjänä. Tulevaisuuden visioni on, että saisin maatilallani asuen siitä myös pääasiallisen toimeentuloni. Tähän ajatukseen perustuu ylemmän amk-tutkinnon opinnäytetyöni. Olen tehnyt jo aiemmin vuonna 2006 opinnäytetyön ”Mehiläistalouden ohjelmapalveluiden markkinointikanavista” restonomiopintoihini liittyen, jolloin kirjoitin mehiläisiin liittyvien ohjelmapalveluiden kiinnostavuutta matkailualan yrit-

täjien keskuudessa Kymenlaaksossa. Tällä hetkellä minulla on 9 mehiläispesää, joista saan hunajaa 500 - 600 kg vuodessa. Käyn välillä puhumassa kuluttajille hunajan käytöstä. Olen opettanut kahtena kesänä mehiläishoitoa oppipoikakisällimallilla aloittaville mehiläishoitaajille. Opiskelijaryhmiä on käynyt tutustumassa mehiläistarhaani ja olen pitänyt hunajan käyttöön perustuvia ruokailtoja. Näistä kaikista osaamistani asioista yritän saada koottua itselleni toimivaa elinkeino tulevaisuuteen ja samalla löytää muillekin mehiläishoitaajille uudenlaisia liiketoimintamalleja.

Kehittämistehtäväni tavoitteena on kehittää sellainen liiketoimintojen yhdistelmä, jolla pystyisin elättämään itseni päätoimisena yrittäjänä ja samalla hyödyntämään olemassa olevaa osaamistani ja ammattitaitoani. Innovoimalla uusia tuotteita ja verkottumalla niiden tuottamisessa voin mahdollisesti päästä tähän lopputulokseen. Tärkeimmät osa-alueet, joita tulisi kehittää yhteentoimiviksi, ovat koulutus, mehiläistalous ja maanviljelys. Ideoita uusiksi liiketoiminnoiksi keräsin erilaisten menetelmien yhdistelmällä, dokumenttianalyysin, benchmarkingin ja tulevaisuusverstaan avulla, mutta myös keskustelemalla kehittämistehtävästäni lähiverkostoissani. Tietoperusta pohjautuu innovaatioita käsittelevään kirjallisuuteen.

2 MEHILÄISTALOUS

On mieltä ylentävää olla mehiläishoitaja. Mehiläiset herättävät aina keskustelua, niistä ollaan kiinnostuneita ja niiden tekemisiä jaksetaan ihmetellä. Valitettavan usein kuitenkin sekoitetaan ampiaiset ja mehiläiset, jotka elävät ja käyttäytyvät aivan eri tavalla. Mehiläiset talvehtivat yhdyskuntana ja siksi valmistavat hunajaa talviravinnokseen, kun taas ampiaisista talvehtii pelkästään kuningatar yksinään. Pölyttäjien määrän väheneminen yhdistettynä omavaraisuuden vaalimiseen on saanut kiinnostuksen heräämään uudelleen mehiläishoitoon.

2.1 Nykytilanne

Hunajaa kulutetaan tällä hetkellä noin 580 grammaa henkeä kohti vuodessa. Kulutus on vaihdellut kotimaisen hunajan satotason mukaan: Mitä vähemmän kotimaista hunajaa saatavilla, sitä pienempi kulutus. Satotason vaihtelu vuosittain on ongelma, koska se vaikuttaa työn kannattavuuteen. Työn tehokkuutta tulisi parantaa ja työmenetelmiä kehittää. Yritystoiminnan kasvaessa ongelmiksi voivat tulla jaksaminen, henkinen hyvinvointi ja liiketalouden riskit ylipäättään. Verkostoituminen olisi oikeastaan välttämätöntä, koska yksinään ei jaksakaan kaikkea ja kannattavuus paranee yhteistyöllä. (Suomen Mehiläishoitajain Liitto 2013.)

Ilmaston lämpeneminen ja sen mukanaan tuomat sään vaihtelut voivat ajoittain vähentää pölyttäjien määrää. Tarvittaisiin lisää mehiläisiä turvaamaan pölytys ja näin ollen myös pölytyspalvelulle olisi tarvetta. (Suomen Mehiläishoitajain Liitto 2013.) Mehiläisten kuoleminen on ollut ongelma viime vuosina. Myös kuolleista mehiläispesistä jäävälle sokerille ja hunajalle pyritään keksimään jälkikäyttöä bioenergian muodossa (Peltotalo 2010, 116-117). Hunajan kulutus on saatu kasvamaan kuluttajiin suunnatun valistus- ja neuvontatyön ansiosta, mutta samaan aikaan mehiläispesien määrä on vähentynyt ja on ollut huonoja satovuosia. Kotimaaisesta hunajasta on tullut pulaa. Mehiläishoitajien ikärakenne on sellainen, että alalle kaivattaisiin uusia, nuoria mehiläishoitajia. Neuvontatyölle on siis tarvetta. (Suomen Mehiläishoitajain Liitto 2013.)

Kotimaisen hunajan tuotanto kattaa satovuodesta riippuen 35–90 prosenttia kulutuksesta. Kotimaisen hunajan osuus kokonaiskulutuksesta on noin 60–65 prosenttia. Suomeen tuodaan pääosin keski- ja etelä-amerikkalaista hunajaa. (MMM 2013.) Lajihunajat, pääosin yhdestä mesilaadusta muodostuva hunaja, samoin suomalaisessa puhtaassa luonnossa tuotettu hunaja ovat mahdollisuuksia, kun puhutaan kilpailuvalteista hunajan tuotannossa. Valkoisen sokerin käyttö on vähentynyt ja vaihtoehtoisten sokerien, kuten hunajan käyttö ruoanvalmistuksessa on lisääntynyt. Tämäkin luo kilpailuedun hunajan käytölle. (Suomen Mehiläishoitajain Liitto 2013.)

2.2 Raiskion nelikenttäanalyysi

Mehiläistalouden tulevaisuuden näkymiä olen lukenut Sakari Raiskion (2010) opinnäytetyöstä, joka käsittelee mehiläisalan yhteistoimintastrategiaa. Työ on ylemmän ammattikorkeakoulun opinnäytetyö ja se on tehty Hämeen Ammattikorkeakoulussa. Raiskion työssä oli kartoitettu heikkoja signaaleja, mihin suuntaan mehiläistaloudessa kannattaa enemmän panostaa, jotta pärjäisi tulevaisuudessa ja mitkä painopisteet olisivat tärkeitä liiketalouden kehittämisen kannalta. Raiskio kokosi nelikenttä- eli SWOT-analyysiin tutkimuksen tulokset.

Vahvuutena pidetään Suomen puhdasta luontoa, josta mehiläistarhaajat saavat korkeatasoista hunajaa. Luonnon puhtaus on vahva kilpailutekijä EU:n sisämarkkinoilla. Lähiruoka on arvostettu trendi. Hunajantuotantoa voitaisiin lisätä nykyiseen tuotantotasoon verrattuna ja uusille yrityksille on tilaa. Suomalaisten mehiläistarhaajien ammattitaito ja osaaminen ovat huippuluokkaa. Jatkuva kouluttaminen ja osaamisen kehittäminen ovat merkittävä vahvuus. Tarhauksessa käytetään vakiintuneita välineitä ja toimintatapoja, jotka ovat yleisesti käytössä. Yhteistoiminta ja verkostot luovat pohjan kannattavalle yritystoiminnalle. (Raiskio 2010, 44.)

Alan huono kannattavuus on yksi alan heikkouksista. Syitä ovat tuotteesta saatu alhainen hinta, tuotteen hinnoittelun suhteuttaminen tuotantokustannuksiin ja hoidotoimien tehottomuus. Alalla ei ole vielä erikoistuttu, vaan kaikki tekevät kaikkea. Tarhaajien keski-ikä on lähelle 60 vuotta. Nuoria yrittäjähenkisiä hunajan

tuottajia kaivataan alalle. Näin ollen mehiläistarhausta tulisi tehdä tutuksi uravalintoja tekevien nuorten keskuudessa. Tarhauksen koko ei ole riittävän suuri kannattavia investointeja suunniteltaessa. Yhteistyö muiden tarhaajien välillä tai tarhauksen koon kasvattaminen ovat edellytyksiä aikaan saada tuottavaa yritystoimintaa. (Raiskio 2010, 44.)

Mehiläishoitomenetelmien ja tarhaustekniikan kehittyminen antavat mahdollisuuksia menestyä esim. erikoistumalla mesikasvien viljelyyn tai luomutarhaukseen. Pölytyspalvelun tulisi yleistyä ja siirtotarhauksen olla systemaattista. Hunajan vienti ja lajihunajien tuotanto antavat lisämahdollisuuksia alalle. Asiakaslaatu, viestintä ja jäljitettävyys ovat kunnossa. Mehiläishoitajien laskenta- ja yritystaitojen parantaminen antavat mahdollisuuksia samalla, kun tehokkuus ja kustannustietoisuus ovat hallinnassa. Rahtipalvelut, tarhaajien välinen työnjako, verkostoituminen ja yhteiset hankinnat olisivat suositeltavia, samoin yhteinen logistiikka toimii. Kaupunkitarhaus parantaa mehiläishoidon imagoa. Uudenlaisten tapahtumien järjestäminen esim. kesäleirit lapsille, opettajille, eläkeläisille ja työttömille ovat uusia mahdollisuuksia. Elämyksellisyys ja ympäristötietoisuus trendeinä edesauttavat asiaa. Hunajan lääkekäyttö, hoitovaikutus ja funktionaalisuus antavat lisää mahdollisuuksia. (Raiskio 2010, 45-46.) Nykyinen positiivinen trendi luontaisalalle, luontaistuotteille ja luonnonmukaiselle terveydenhoidolle ovat hyödynnettäviä mahdollisuuksia.

Ongelmia mehiläishoidossa ovat punkin torjunta, mehiläiskadot ja uudet virukset. Vuonna 2012-2013 kolmasosa Yhdysvaltojen mehiläisistä kuoli. Syyksi epäillään varroa-punkin, viruksien, bakteerien, ravintopulan, geenien ja kasvinsuojeluaineiden yhteisvaikutuksia (Lehtonen 2013, 90).

TAULUKKO 1. Mehiläisalan nelikenttäanalyysi. (Raiskio 2010, 44-46.)

Sisäinen toimintaympäristö	Ulkoinen toimintaympäristö
Vahvuudet Luonnonmukaisen tuotanto Lähiruoka Puhdas ruoka	Mahdollisuudet Verkostoituminen Pölytyspalvelu Lajihunajat
Heikkoudet Alan kannattamattomuus Tehottomuus Huono hinta	Uhat Saasteet Mehiläistaudit Ekokatastrofit

2.3 Mehiläisalan tulevaisuus

Mehiläiskadot ja huoli ekologisen tasapainon järkkymisestä, mutta myös itsetuotetun hunajan arvostus ovat saaneet uusia mehiläishoitajia kiinnostumaan mehiläishoidosta. Kaupunkimehiläishoidosta onkin tullut varsinainen buumi ympäri maailmaa. Se on ilmeisesti kotoisin Pariisista, New Yorkista ja Coloradon Boulderista/Denveristä (Seppälä 2010, 104). Suomessa kaupunkimehiläisiä on USA:n suurlähetystön ja Pauligin huvilan pihassa Helsingissä, ravintolakoulu Perhon parvekkeella, ravintola Savoy'n katolla ja Espoon Otaniemessä, mutta myös muissa kaupungeissa. Varsinainen kaupunkimehiläishoidon mekka Suomessa on kuitenkin Akaa. Siellä kaikki 27 mehiläistarhaa on sijoitettu niin, että käytännössä koko kaupungin viheralueet, kotipuutarhat ja luonnontilassa olevat alueet ovat mehiläisten pölytettävissä. Mehiläiset kuuluvat viidelle paikalliselle mehiläistarhaajalle, jotka pitävät huolta mehiläisistä. Akaan hunajaa annetaan kaupungin liikelahjana. (Ruottinen 2011, 78.)

Mehiläistalouden kannattavuuden kanssa on painittu jo kauan, erityisesti hunajan hinnan laskiessa 2000-luvun alussa, jolloin hyviä hunajavuosia oli useita peräkkäin ja hunajan hinta romahti ylituotantotilanteessa. Hoitotyötä pitäisi tehdä nopeammin tai yhdessä toisen kanssa, jos halutaan parantaa prosessin kannattavuutta.

Tuotteistaminen ja hunajan jatkojalostaminen ovat yksi mahdollisuus pärjätä tulevaisuudessa. (Suomen Mehiläishoitajain Liitto 2013.)

Tulevaisuuden tutkimuskeskuksen professorin Sirkka Heinosen (2013) mukaan hyvinvoinnin tulevaisuuteen vaikuttavia globaaleja megatrendejä ovat ilmaston muutos ja energia, väestömuutos, globalisaatio sekä digitalisaatio ja elämystalous. Elämisyhteiskunnassa korostuu elämysten tavoittelu ja kulutus, jotka vaikuttavat asumisessa, harrastuksissa ja ylipäättään elämäntavassa. Elämystalouden mahdollisuuksia tulevaisuuden yhteiskunnassa ovat elämys- ja luontomatkailu sekä virkistys-, terveydenhoito- ja hyvinvointipalvelut. Heinosen mukaan luonnon elvyttävä vaikutus näkyy aatteena ”terve ihminen terveessä ympäristössä”. Tällöin ihminen syö puhdasta lähiruokaa ja elää puhtaassa ympäristössä. Tämä ideologia luo samalla innovatiivisia ja monipuolisia liiketoimintamahdollisuuksia terveys- ja hoitoalalla.

Heikot signaalit ovat uusia asioista, joista voi tulla megatrendejä. Heikkoa signaalia on vaikea huomata ja usein se on aliarvostettu. Mitä enemmän se herättää ihmetystä tai sille nauretaan, sitä varmemmin kysessä on heikko signaali. (Solatie & Mäkeläinen 2009, 193-194.) Tulevaisuudessa vaikuttavia hyvinvoinnin heikkoja signaaleja ovat mm. hitauden vallankumous – slow life, joka mielestäni sopii hyvin myös mehiläishoitoon harrastuksena. Työelämän vauhtia on pakko hiljentää, kun menee mehiläispesille. On ikään kuin ajettava itsensä alas, koska mehiläiset häiriintyvät äkkinäisistä liikkeistä ja hosumisesta. Työskentelyn on oltava rauhallista ja harkittua. Samalla unohtuvat arkielämän kiireet, kun paneutuu mehiläisten maailmaan. LOHAS-kuluttaminen (Lifestyles of Health and Sustainability) on myös yksi tämän päivän heikko signaali, johon liittyvät oma ja ympäristön terveys sekä eettisyys ja vastuullisuus. LOHAS-kuluttajat tekevät ostopäätökset ekologisuuden ja eettisyyden perusteella. Pyrkimys omavaraisuuteen ja itse tekemisen tarve, DIY (Do It Yourself) ovat nekin tämän päivän heikkoja signaaleja, jotka ovat helposti kytkettävissä mehiläishoitoon ja hunajan tuotantoon. (Heinonen 2013.) Tämän perusteella nykyajan heikot signaalit, kuten slow life, LOHAS, pyrkimys omavaraisuuteen ja DIY, luovat otollisen ajankohdan mehiläishoidon voimakkaalle kehittämiselle jokaisen harrastukseksi. (Heinonen 2013.)

3 INNOVATIIVINEN LIIKETOIMINTA

Ongelmallista liiketoiminnassa on, että aina pitäisi olla askeleen edellä muista yrityksistä. Innovointi on tärkeää, jotta yritys pysyisi kilpailukykyisenä. Tuotteiden elinkaari on lyhentynyt ja asiakkaiden vaatimukset ovat kasvaneet. Yritykset joutuvat sovittamaan liiketoimintaansa asiakkaiden odotusten mukaisiksi. Yritykselle on huomattavasti työläämpää löytää uusia kuin pitää vanhoista asiakkaista huolta. Innovointia tarvitaan, jotta erotutaan kilpailijoista. Tuotteen tai palvelun toimitusnopeuskin saattaa muodostaa merkittävän kilpailuedun. (Mäntyneva 2012, 14-15, 18.) Jatkuva uudistuminen on jatkuvan menestyksen tae, koska ympäristö kuitenkin muuttuu koko ajan (Hakanen 2004, 7).

3.1 Strategia ja luovuus

Selkeä strategia kertoo, miten yritys aikoo selviytyä tulevaisuudessa, mutta tarvitaan myös luovuutta, intuitiota ja hiljaista tietoa. Luovuus ja innovatiivisuus ovat parhaita yrityksen kannattavuuden takaajia. (Hakanen 2004, 15.) Pk-yrityksen strategiatyössä korostuvat hiljainen tieto, luovuus, innovatiivisuus, keskittyminen, erilaisuus, voimakas yrittäjäyys ja joustavuus, koska pientä laivaa on helpompi kääntää kuin isoa. Uusien ratkaisumallien luomisessa tarvitaan aikaisempien toimintamallien tuntemista. Vasta sen jälkeen voi tapahtua parantamista ja kehittämistä. (Hakanen 2004, 5-7.) Visio kuvastaa yrityksen tulevaisuuden tahtotilaa (Hakanen 2004, 20). Strategiaa luodessa realisoidaan yrityksen visio. Toimialan tuntemus on tärkeää, muuten visiota ei voi määritellä. (Tiensuu 2005, 24.) Yrityksen sisällä muutosten tulisi tapahtua nopeammin kuin sen ympäristössä, muutoin yritys menettää kilpailukykynsä. Jatkuva kiire pakottaa kuitenkin suuntaamaan ajankäytön nykyhetkeen. Luovuus ja innovatiivisuus tarvitsevat aikaa ja rutiineista vapaata ajattelua. (Hakanen 2004, 84.) Luovuus on kykyä ajatella toisin kuin valtavirta ajattelee, uusien näkökulmien oivaltamista. Luovien ihmisten itsetunto on vahva, he enimmäkseen epäonnistuvat, mutta eivät lannistu siitä. Epäonnistumisista opitaan. Parempi kohdata pieniä epäonnistumisia matkan varrella kuin kohdata suuri epäonnistuminen lopussa. Liikkeenjohdon gurulla Tom Petersillä on selkeä resepti menestykseen: kokeile nopeasti, epäonnistu nopeasti, korjaa nopeasti. Jos epäonnistumisia ei ole, pelataan liiaksi varman päälle, eikä mitään ainut-

laatuista tapahdu. Luovuutta voi myös oppia, vaikka toisin luullaan. Sitä taitoa voi harjaannuttaa. (Solatie & Mäkeläinen 2009, 81 -84.)

Jos asiakas ei näe eroa yritysten tarjoamien palvelujen välillä, asiakas todennäköisesti valitsee halvimman. (Hakanen 2004, 42- 45.) Strategian tavoitteena on erottua kilpailijoista, joko tekemällä asioita samoin kuin kilpailijat, mutta paremmin ja kustannustehokkaammin. Asioita voi tehdä myös eri tavalla kuin kilpailijat, erilaistamalla joko tuotetta, teknologiaa tai liiketoimintaa (Hakanen 2004, 75). Kilpailuedun saavuttaminen vaatii jatkuvaa kehittämistä, kilpailukykyinen täytyy olla myös viiden vuoden päästä, koska vie aikaa saavuttaa vaadittava osaaminen. Laineman, Lahdenpään ja Puolakan teoksessa (2001) strategisesta johtamisesta todetaan, että Porterin kilpailustrategiat, differointi ja kustannusjohtajuus eivät välttämättä tänä päivänä toimi, koska tämän päivän kilpailuympäristö on monimutkainen. Menestyksen salaisuus onkin usein siis strateginen kokonaisuus, joka lähtee yrityksen omista lähtökohdista. Strategia, joka perustuu yrityksen resursseihin ja markkina-asemaan. (Tiensuu 2005, 25-26.)

3.2 Tuotteistaminen

Kotlerin (2000) mukaan tuoteidea voidaan siirtää konseptiksi. Tuote voidaan kohdentaa eri kohderyhmille, tuote voi tuottaa erilaisia hyötyjä tai tuotetta voidaan käyttää erilaisiin tarkoituksiin. (Tiensuu 2005, 45- 46.) Aloittelevat yritykset käyttävät yleensä ”step by step”- kehittämistyötä, joka vie suunnitelmat hitaasti käytäntöön. Se saattaa johtua ajan ja kokemuksen puutteesta ja myös siitä, ettei tarkkaan tiedetä, miten pitäisi edetä. Yksi ratkaisu on välitavoitteiden luominen, jonka avulla kehittämisideat saadaan konkreettisiksi esimerkiksi prototyyppien avulla. (Tiensuu 2005, 48.) Drucker, liiketaloustieteen guru (1985) on sanonut, että ideoita on runsaasti ja ne ovat halpoja, mutta niiden saaminen tuottaviksi on kallista. Ideat ovat hyödyttömiä, jos ne eivät toimi käytännössä. (Lampikoski & Lampikoski 2004, 44.) Ero idean ja innovaation välillä on se, että innovaatio on idea, joka on saatu hyödynnettyä ja otettua käyttöön (Mäntyneva 2012, 16).

Grönroos (2001) toteaa teoksessaan palveluiden johtamisesta ja markkinoinnista, että menestyvän tuotekonseptin tulee lähteä asiakkaan tarpeista. Pelkkä asiakas-

lähtöisyys ei kuitenkaan riitä vaan on huomioitava myös, mikä on trendikästä ja mitä kilpailijat tarjoavat. Muita vaikuttavia asioita ovat tuotteen ominaisuudet, hinta, laatu, käytettävyys sekä prosessi, palvelupaketti sekä tekninen ja funktionaalinen laatu. Brooksbank puolestaan (1994) tiivistää markkinointikonseptin markkinointimixiksi, 4 P:ksi – product, price, promotion ja place, jotka kertovat, miten tuote saadaan markkinoille, mikä on sen hinta, miten kohdeasiakkaat löytävät tuotteen ja mikä saa asiakkaan haluamaan tuotetta. Alkavalle yrittäjälle tämä on erityisen vaikeaa, koska ei ole kontakteja markkinoille. Toimintakonseptin avulla yritys organisoii tuotannon niin, että oikea tuote on oikealla asiakkaalla oikeaan aikaan ja vielä kilpailukykyisesti esim. verkostoitumisen avulla. Liikeidealla olisi hyvä olla uutuusarvoa, sen tulisi erottautua positiivisesti kilpailijoista. Pk-yrityksiä tutkittaessa ongelmana on ollut mm. päätöksiä perustaminen mutuntumaan ja liiketoiminnan eteenpäin vieminen henkilökohtaisilla motiiveilla. Yrityksillä ei ole tuotestrategiaa, eikä tuotteita ole paketoitu ymmärrettävästi asiakkaalle. Markkinointisuunnitelmia ei ole, eikä asiakkaalle kerrota tuotteen mukanaan tuomia hyötyjä. (Tiensuu 2005, 10-12.) Suomessa on totuttu luottamaan teknologian, tuotannon tai logistiikan tuottamaan kilpailuetuun, jotka ovat tuotteen sekundäärisiä ominaisuuksia. Asiakas kuitenkin ostaa tuotekonsepteja, jotka luovat primäärin kilpailuedun, tuottavat todellista arvoa asiakkaalle. (Tiensuu 2005, 31.)

Markkinoilla olevien mahdollisuuksien tunnistaminen edellyttää merkitysten etsimistä ja heikkojen signaalien tunnistamista. Etsitään kaikkia niitä tekijöitä, joiden avulla voi saada kilpailuetua tai uuden markkinaraon. Useimmiten on kuitenkin olemassa tuoteaihio, jota aletaan kehittää. Idea, teknologia tai osaaminen siirretään asiakkaalle markkinoitavaan muotoon. Konseptin tulee olla asiakkaalle ymmärrettävä ja konseptina järkevä. Konsepti tulee asiakkaalle tarpeeseen ja se on mahdollista toteuttaa järkevillä kustannuksilla. Tuotteen tulee olla erilainen kuin kilpailijoilla sekä haluttava ja houkutteleva. (Tiensuu 2005, 52.) Tuotteen markkinoille tuominen edellyttää markkinointikonseptin luomista. Tuote-, markkinointi-, toiminta- ja liiketoimintakonseptin tuloksena syntyy tuotteistettu idea, teknologia tai osaaminen. (Tiensuu 2005, 8- 9.)

3.3 Motivaatio yrittäjyyteen

Tutkijat ovat yrittäneet selittää yrittäjyyttä psykologisten teorioiden avulla. Yrittäjien persoonallisuuden piirteet eivät kuitenkaan eroa väestöstä keskimäärin. Motivaatiotutkimusten mukaan yrittäjyyteen vaikuttaa yrittäjän henkilökohtainen motivaatio, joka rakentuu lapsuuden kokemusten ja sosiaalisten suhteiden perusteella. Yrittäjät myös näkevät mahdollisuuksia niissä tilanteissa, kun muut pelkäävät liian suuria riskejä. (Pietiläinen, Lehtimäki & Keso 2005, 5-6.) Motivaatio saattaa olla yksi syy, miksi yrittäjyys lisääntyy ja asiantuntijat pakenevat suurista pieniin yrityksiin. On mielekkäämpää tehdä työtä, josta aidosti innostuu ja se taas onnistuu pienessä yrityksessä helpommin. (Länsisalmi 2013, 41.) Yrittäjän verkostosuhteet ovat merkittävä syy innovaatioihin. Palkkajohtaja keskittyy tekemään pieniä parannuksia, kun taas omistajajohtaja laittaa peliin koko verkostonsa ja näin suurempi joukko osallistuu uusien tuotteiden kehittämiseen. Jo yrityksen perustaminen sinällään on innovatiivisuuden osoitus. Yrittäjän verkostojen luominen on tietoista ja suhdeosaamista pidetäänkin tärkeänä kilpailutekijänä pk-yrityksissä. Huuskosen mukaan (1992) yrittäjän työkokemus ja roolimallit vaikuttavat sekä yrittäjäksi ryhtymiseen kuin myös suhdeverkostoon. Korkeasti koulutetuilla on laajemmat verkostot kuin vähemmän koulutetuilla ja verkostot taas tukevat innovatiivisuutta. Motivaatiota luovat itsenäisyyden arvostaminen ja riskien hyväksyminen. Usein yrittäjien päätavoite on kuitenkin hankkia toimeentulo perheelle, eikä niinkään erityisemmin kehittää yritystä. Työpaikan luominen itselle kannustaa yrittäjyyteen, jos työttömyys uhkaa. Palkkatyötä tekevä suhtautuu varauksellisesti yrittäjyyteen, ellei se sitten edistä urakehitystä. (Pietiläinen ym. 7-12.)

Kovalan tekemän tutkimuksen mukaan motiiveina yrityksen perustamiseen olivat suoriutuminen, laadukkaan työn tekeminen ja oman elämän ohjaaminen. Työn ja vapaa-ajan ero ei ollut enää niin selvä, samaten arki oli ajoittain vaativaa. Yrittäjyyteen liittyy myös yksinpuurtaminen ja yrittäjä saattaa olla huono noudattamaan sääntöjä. Yrittäminen oli kuitenkin positiivinen asia työn ja henkilökohtaisen elämän kannalta. (Kovala 2010, 85-86.) Ensimmäisen työntekijän rekrytointi on merkittävä askel yrityksen kasvussa (Kovala 2010, 88). Suomalainen yrittäjyys on pitkälti yksinyrittäjyyttä. Yrittäjä tekee pitkää päivää ilman lomia. Työtaakka kevenisi palkkaamalla työntekijöitä. Myös yrityksen uskottavuus kasvaisi sidosryhmien silmissä, jos yritys olisi vähän suurempi. Yrittäjä saattaa kokea vapauden menetystä, jos yrityskoko kasvaa.

Esteitä yrityskoon kasvattamiselle ovat työvoimakustannukset, kireä kilpailutilanne ja kasvun aiheuttamat riskit. (Kovala 2010, 39-40.)

Ronstadtin (2007) kutsuu ns. käytäväperiaatteeksi, kun yrittäjä huomaa uusia liiketoimintamahdollisuuksia toiminnan edetessä, joita hän ei aiemmin olisi tullut ajatelleeksi. Uusi yritys luo käytävän, jonka varrella on uusia mahdollisuuksia kannattavaan liiketoimintaan. Sarasvathy (2008) sen sijaan kehoittaa yrittäjää tarkempaan itseanalyysiin: Kuka minä olen? Mitä minä osaan? Kenet minä tunnen? Tällöin yrittäjä keskittyy niihin asioihin, joihin hän voi itse vaikuttaa ja joita hän voi hallita. (Kovala 2010, 36.) Pukkisen ym. (2009) mukaan henkilöstömäärän kasvattamisen vaihtoehtona voi olla myös verkostoituminen, alihankinnan lisääminen tai tuottavuuden parantaminen. Toiminnan volyymi lisääntyy, vaikkei sen henkilöstömäärä kasvakaan. Erikoistuminen ja laatu olivat Kovalan mukaan kaksi erityisesti yrityksen kasvua edistävää tekijää. (Kovala 2010, 50-51.) Omintakeinen, räätälöity ratkaisu asiakkaalle voi luoda aivan uuden kilpailuedun (Lampikoski & Lampikoski 2004, 259).

3.4 Innovointistrategiat

Innovaatiot ovat uutta yritykselle, toimialalle tai uutta maailmassa (Apilo, Taskinen & Salkari 2007, 22). Innovaatioiden ei tarvitse liittyä pelkästään tuotekehitykseen tai markkinointiin vaan ne voivat olla vartenotettavia myös liittyen yrityksen logistiikkaan tai hallintoon (Mäntyneva 2012, 27). Innovaatio voi liittyä yrityksen kaikkiin toimintoihin, eikä pelkästään tuotteisiin tai palveluihin (Solatie & Mäkeläinen 2009, 29). Asiakkaan saama hyöty on tärkeä asia luotaessa innovaatioita. Ries (2011) määrittää neljä kysymystä, jotka kertovat, onko asiakkaalla ylipäätään olemassa ongelma, johon olisi saatava ratkaisu. Ensinnäkin asiakkaiden tulee itse tiedostaa, että heillä on jokin ongelma. Toiseksi, ovatko he valmiita ostamaan ratkaisun ongelmaan? Kolmanneksi, ostaisivatko he sen juuri meiltä ja viimeiseksi, osaammeko rakentaa ratkaisun kyseiseen ongelmaan. (Länsisalmi 2013, 23.) Lopullisen ratkaisun toimivuutta asiakkaan ongelmaan voi ennustaa tai arvuutella esim. kuluttajatutkimuksen perusteella, mutta tarkasti sitä ei voida tietää. Totuus tulee ilmi vasta, kun uusi tuote tai palvelu saadaan markkinoille. Aina ei voi onnistua, myös virhearviointeja tulee. (Länsisalmi 2013, 65.)

Innovaatiot jaetaan useimmiten radikaaleihin l. mullistaviin ja inkrementaaleihin l. ylläpitäviin innovaatioihin. Hargadon (2003) nimittää läpimurtoinnovaatioiksi niitä radikaaleja innovaatioita, joista muodostuu aivan erityisiä myyntivaltteja. Dundon (2002) taas kutsuu niitä vallankumouksellisiksi innovaatioiksi (Apilo ym. 2007, 23). Ylläpitävät innovaatiot ovat usein pieniä parannuksia tuotteisiin, jotka parantavat myyntiä, katetta tai asiakastyytyväisyyttä. Ne eivät vaadi suuria muutoksia yrityksen toimintaan ja ovat riskittömiä. Niitä kuitenkin tarvitaan kasvun ylläpitämiseksi. Merkittävät innovaatiot taas luovat asiakkaalle enemmän arvoa, mikä puolestaan vaikuttaa kassavirtaan. (Solatie & Mäkeläinen 2009, 29.) Yritysten olisi syytä pyrkiä kohti mullistavia innovaatioita, koska ne muuttavat koko yrityksen strategian, mutta niiden osuminen kohdalle on sattumaa, eikä niitä yleensä tarvita kuin yksi. Esim. Valiolla näitä on syntynyt 10 vuoden välein. (Solatie & Mäkeläinen 2009, 40.) Innovointityö kuitenkin luo yritykselle uusia liiketoimintamalleja ja luo pohjan strategiselle suunnittelulle (Solatie & Mäkeläinen 2009, 37-38).

3.4.1 Kyseenalaistaminen

Kysymme, miksi asiat ovat kuin ovat, mikseivät ne ole toisin (Lampikoski & Lampikoski 2004, 239). Usein innovaatiot ovat pieniä, mutta parantavat tuotetta tai palvelua. Asiat tehdään nopeammin, helpommin, tehokaammin tai taloudellisemmin. Se on yrityksen normaalia kehitystoimintaa, jota tarvitaan, jotta tuottavuutta saataisiin parannettua. (Mäntyneva 2012, 38-39.) Differoimalla taas asiakkaalle tarjotaan nykyisistä poikkeva tuote tai palvelu. Doug Hallin mukaan huomattava erilaisuus nostaa uuden tuotteen menestymisen 15 prosentista 53 prosenttiin. (Lampikoski & Lampikoski 2004, 240.) Rajoja voidaan rikkoa liiketoimintoja yhdistelemällä (Lampikoski & Lampikoski 2004, 243). Vähittäiskauppoihin on tullut asiamiesposteja. Kotipaikkakuntani K-marketissa toimii Helmi-pankki. S-Marketiin sijoitetusta Itellan pakettiautomaatista voi lähettää ja noutaa paketteja. Yksi esimerkki yhdistelystä on myös ABC-ketju, jossa yhdistetään usein jopa 24 tuntia vuorokaudessa auki olevat kauppa, bensa-asema ja ravintola. ABC: n yhteydessä on usein myös muita kauppaliikkeitä, ne ovat samalla pienimuotoisia ostoskeskuksia. (Solatie & Mäkeläinen 2009, 37.) Toinen esimerkki liiketoiminto-

jen yhdistelemisestä on amerikkalainen elintarvikkeita myyvä kauppaketju Costco, joka on alkanut myydä myös ruumisarkkuja. Suuren volyymin vuoksi kauppaketju pystyy myymään pienemmällä katteella kuin hautaustoimistot. (Solatie & Mäkeläinen 2009, 200.)

Benchmarking-menetelmän avulla voidaan ottaa oppia muualta, jolloin voidaan uida vastavirtaan ja kehittää tuotetta toiseen suuntaan kuin valtavirta, mikä saattaa olla yksi mahdollisuus uusiin innovaatioihin. (Lampikoski & Lampikoski 2004, 260, 280.) Yrityksiä saattaa kahlita väite, mikä malli on oikea tai mikä on paras tapa toimia (Lampikoski & Lampikoski 2004, 275). Esimerkkinä tästä on Valio, joka kärsi aiemmin maitorasvan kielteisistä terveysvaikutuksista. Aluksi Valio panosti kuluttajien luottamuksen parantamiseen maitorasvaa kohtaan. Parempi oli kuitenkin alkaa kehittää parempia rasvattomia ja kasvirasvaa sisältäviä tuotteita. Maitorasva menee muille markkinoille. Laktoosittoman maitojuoman käyttäjiksi tulivat jo aikaisemmin maidon käyttämisen lopettaneet kuluttajat, jotka eivät olleet hyväksyneet hyla-maidon makua. Samantyyppinen innovaatio on ollut myös Gefilus-tuotemerkki, joka on lisensoitu kymmeneen maihin. (Solatie & Mäkeläinen 2009, 148-150.)

3.4.2 Uusien tuotteiden luominen uudelle alueelle

Voidaan yhdistää kaksi alaa toisiinsa esim. pelaaminen ja musiikin tekeminen tai pelaaminen ja urheilu. Musiikkia voidaan tehdä tietokoneen avulla Guitar Hero-pelillä. Jalkapalloa, koripalloa tai jääkiekkoa pelataan tietokonepeleinä. (Lampikoski & Lampikoski 2004, 249.) Radikaalit innovaatiot, jotka ovat ensimmäisenä markkinoilla ja tuovat merkittäviä muutoksia mahdollisesti koko toimialaan, tekevät mahdolliseksi myös kermankuorintahinnoittelun. Tällöin tuotteen tulee tuottaa asiakkaalle muita parempaa arvoa. Innovaation ei kuitenkaan tarvitse olla mullistava vaan pienikin muutos voi olla hyötyarvoltaan merkittävä. Muutos voi parempi suoritustaso, kustannusten aleneminen tai uusi ominaisuus verrattuna vanhaan tuotteeseen. Se voi muuttaa toimialan ansaintalogiikan tai liiketoimintamallin. (Mäntyneva 2012, 36-37.) Innovaatio voi olla toiselta toimialalta tai toisesta ympäristöstä lainattu tuote tai konsepti, uusi siinä ympäristössä, johon se tuodaan (Länsisalmi 2013, 13-14). Suuryrityksen jäljiltä saattaa jäädä jäännösaukkoja,

jotka kaupallistuvat paremmin pienen yrityksen avulla, esim. kauppojen siirtyessä tiheämmin asutuille alueille tilalle tulevat elintarvikekioskit. Maatilojen hylätyille tuotantorakennuksille voi keksiä uusiokäyttöä. (Lampikoski & Lampikoski 2004, 252-253.) Radikaalit innovaatiot toisaalta vaativat useimmiten syntyäkseen paljon työtä sekä niiden kaupallistaminen voi olla hankalaa esim. ajoituksen vuoksi, jolloin tuote tulisi saada markkinoille silloin, kun tuotteella on tarvetta ja kysyntää. (Mäntyneva 37-38.)

3.4.3 Prosessien uudistaminen ja teknologian hyväksikäyttö

Uusia jakelukanavia voidaan etsiä mm. verkkopalvelujen avulla (Lampikoski & Lampikoski 2004, 244). Nanoteknologian avulla voidaan tuoda innovaatioita melko edullisestikin kaikkien kuluttajien käyttöön esim. itsestään puhdistuvat ikkunat (Lampikoski & Lampikoski 2004, 256). Mobiilipalveluita voidaan kytkeä vartiointiin, matkalippujen ostamiseen, auton lämmitykseen tai taskulampuksi, eikä hinta muodostu kuluttajalle kalliiksi. Teknologian ylikorostaminen toisaalta saattaa olla haitaksikin innovaatioiden syntymiselle, haitata luovuutta. Kommunikointitaidot ovat kuitenkin edelleen tärkeitä. (Antola & Pohjola 2006, 55.) Prosesseihin liittyvät innovaatiot pienentävät tuotantokustannuksia, parantavat tuottavuutta tai työtyytyväisyyttä. Asiakkaan näkökulmasta tämä näkyy nopeutuneena palveluna tai parempina tuotteina. Asiakas kokee saavansa palvelua paremmin, nopeammin ja tehokkaammin. Esimerkkinä postin seurantajärjestelmä, jossa lähetyksen kulua pystyy seuraamaan internetissä. (Solatie & Mäkeläinen 2009, 35.) Asioita voidaan järjestellä uudelleen, esim. kysyntää voidaan ennakoida tehokkuuden parantamiseksi.

Laskujen maksaminen internetissä pankkitiskin sijaan säästää aikaa ja lisää samalla asiakastytyväisyyttä. Tuotteita voidaan ostaa verkkokaupasta 24 tuntia vrk:ssa, samalla luodaan uudenlaista asiakasrajapintaa (Lampikoski & Lampikoski 2004, 273). Asiakas itse on paras tapa tuottaa asiakkaiden kannalta parhaat uudet ratkaisut. (Lampikoski & Lampikoski 2004, 264 - 266.) Prosessien uudistamiseen liittyy myös etätyön mahdollisuus (Lampikoski & Lampikoski 2004, 269), joka saattaa lisätä työntekijän työhyvinvointia ja samalla parantaa työtehokkuutta ja yrityksen tuottoa. Tuotantokustannukset ovat edullisemmat muissa maissa kuin

Suomessa. Se aiheuttaa teollisten työpaikkojen siirtymisen muihin maihin. Asiak-
kaille palvelun tulisi tuottaa lisäarvoa, jotta asiakas olisi valmis maksamaan täällä
tuotetusta tuotteesta kalliimman hinnan. Teknologian avulla voidaan tuottaa pa-
rannuksia asiakkaalle. Palvelun lisäksi innovaatiot voivat kohdistua prosesseihin,
jonka asiakas saattaa huomata esim. nopeampana toimitusaikana. (Mäntyneva
2012, 43-44.) Toimintoja ja kustannuksia voidaan vähentää tulosten kärsimättä.
Japanilaiset laskivat vuonna 1995, että kun valmistaja ohittaa tukkukaupan, sääs-
töä muodostuu 28 prosenttia. Sähköisen tilaamisen myötä säästöä tulee jopa 62
prosenttia. Sähköinen laskunkäsittely ja tiedonsiirto, esim. katalogit internetissä
säästävät kustannuksia. (Lampikoski & Lampikoski 2004, 270-271.)

3.4.4 Verkostoituminen

Kyvyyttömyys uudistua aiheuttaa taantumista. Tällöin markkinan valtaavat innova-
tiivisemmat ja nopeammin uudistumiskykyiset yritykset. Usein uudistumista on
haettava oman yrityksen ulkopuolelta. Suuret yritykset ostavat pieniä, mutta pie-
net yritykset saattavat olla innovatiivisempia. (Antola & Pohjola 2006, 65-66.)
Yritys voi laajentaa liiketoimintaansa yrityskauppojen tai sisäisen kehitystoimin-
nan kautta eli diversifioida (Lampikoski & Lampikoski 2004, 257). Yritykset si-
sällyttävät arvoihinsa innovatiivisuuden, minkä kautta haetaan positiivista yritys-
kuvaa. Innovatiivista yritystä pidetään haluttuna verkostokumppanina, jonka
kanssa voidaan saavuttaa enemmän kuin yksin. (Apilo ym. 2007, 19 -21.) Tär-
keimmät tekijät verkottuneen tuotekehityksen onnistumiselle ovat oikea tahtotila,
tarvittava osaaminen ja oikeat yhteistyökumppanit. Oman ydinosaamisen lisäksi
on oltava luottamus kumppanin osaamiseen. (Apilo ym. 2007, 49.) Ulkoistamisen
johtajatus on, että sisäisen arvoketjun jokaisen osa on tuotettava loppuasiakkaalle
paras mahdollinen arvo (Lampikoski & Lampikoski 2004, 277). Olemassa olevien
verkostojen tehokas hyödyntäminen on tärkeää innovatiiviselle organisaatiolle
(Länsisalmi 2013, 91). Sillanrakentajat ovat keskeisiä henkilöitä innovaatiotyössä.
Rizovanin (2006) tarkoittaa sillanrakentajilla henkilöitä, jotka ovat taitavia tuo-
maan yhteen erilaisia osaajia. Sillanrakentajat ovat yleensä pidettyjä työpaikalla ja
siksi he ovatkin hyviä välittäjiä henkilöstöryhmien välillä, kun uusia toimintatapo-
ja aletaan levittää. (Länsisalmi 2013, 95, 107-110.)

4 LIKETOIMINTOJEN KEHITTÄMISPROSESSI

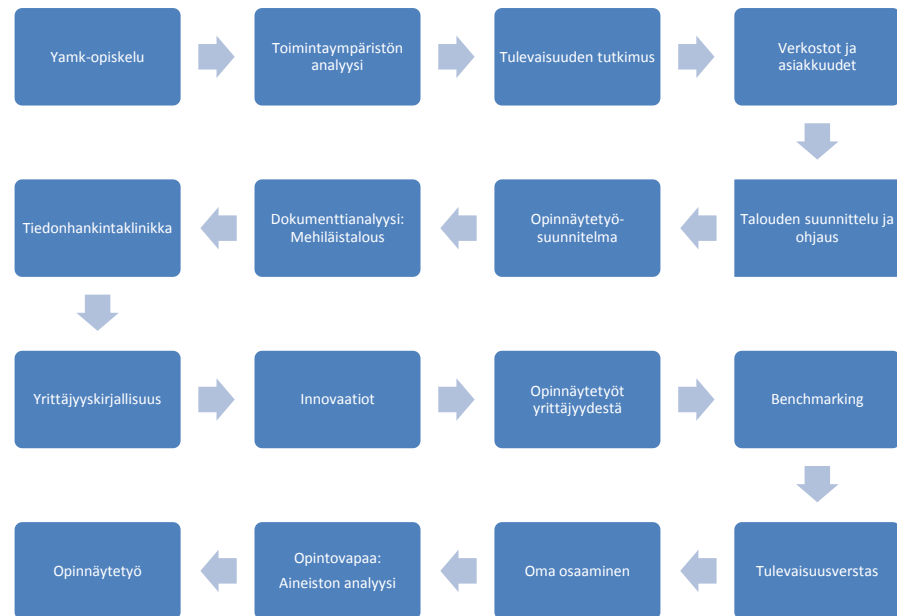
Opinnäytetyöni tavoitteena on kehittää mehiläistalouden yhteyteen uudenlaisia liiketoimintoja, joiden avulla saataisiin alan kannattavuutta paranemaan. Opinnäytetyö vastaa alan yleiseen ongelmaan ja kehittämishanke omaan ongelmaani.

Henkilökohtainen tavoitteeni on kehittää sellainen liiketoimintojen yhdistelmä, jolla pystyisin elättämään itseni päätoimisena yrittäjänä ja samalla hyödyntämään olemassa olevaa osaamistani ja ammattitaitoani. Kuviossa 1 olen kuvannut kehittämistehtävän etenemistä omaan osaamiseen perustuen.

4.1 Kehittämistehtävä

Mehiläistalous työnä kiinnostaa, mutta huomasin, kun kävin Haaga-Heliassa talouden hallinta ja ohjaus- kurssia, etten mitenkään pysty hoitamaan 230 mehiläispesää, joista saatu hunaja riittäisi toimeentulokseni. Suomen Mehiläishoitajain Liitosta sain tietoja alan kannattavuudesta ja tuotantokustannuksista, joiden avulla pystyin tekemään kannattavuuslaskelmia. Sesonki mehiläishoidossa on toukokuun alusta syyskuun alkuun. Käytännössä lyhyen sesongin vuoksi en pystyisi kaikkea työtä yksin tekemään, joten se huonontaisi palkkaani. Varsinaiseksi pullonkaulaksi muodostuu sesongin lyhyys ja työmäärästä (8,2 tuntia pesää kohden) selviäminen. (Suomen Mehiläishoitajain Liitto 2013.) Ongelmana on siis, miten pystyisin tai pystyisinkö ylipäättään saamaan toimeentuloni pelkästään mehiläishoidosta. Hunajan tuotanto ei välttämättä ole ratkaisu ongelmaani. Toisaalta haluaisin hyödyntää muutakin osaamistani, koska olen ruoanlaiton kanssa ollut tekemisissä koko ikäni ensin kokin ammatin ja nyt opetustyön myötä. Täytyisi siis kehittää innovaatioita, mitä muuta voisin tehdä mehiläisten avulla kuin pelkästään tuottaa hunajaa.

4.2 Lähestymistapa ja tietoperusta



KUVIO 1. Kehittämistehtävän prosessikaavio.

Kehittämistehtävä lähtee liikkeelle keskeisten käsitteiden hallinnasta ja olemassa olevasta tiedosta. Tiedonhankinta, oleellisen tiedon erottaminen epäoleellisesta ja innovointi korostuvat. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 11-12.) Tiedonhankinnalla alkoi omakin kehittämistehtäväni edetä. Kuviossa 1 olen kuvannut kehittämistehtäväni etenemistä. Yamk-opiskelun edetessä tein kurssien tehtäviä niin paljon kehittämistehtävääni liittyen kuin pystyin. Kehittämistyössä tarvitaan ongelmanratkaisu-, vuorovaikutus- ja yhteistyötaitoja. Sosiaalinen pääoma ja ihmisen suhdeverkostot ovat tärkeitä. (Ojasalo ym. 2009, 14-15.) Tiedän kokemuksesta, että yhteistyöllä asiat saa sujumaan ja verkostot ovat kullannarvoinen asia. Yksin suunnitellessa asiat etenevät hitaasti ja muilla on sellaista tietoa, josta saattaa olla valtavasti apua kehittämistyössä. Olen keskustellut kehittämistehtäväni tavoitteesta oman perheeni, työkavereideni, muiden mehiläishoitajien ja opiskelukavereideni kanssa. Toisaalta täytyy olla myös riittävästi rohkeutta kehittää asioita eteenpäin. Käytännön tavoitteet ohjaavat kehittämistyötä, tukea haetaan teoriasta. (Ojasalo ym. 2009, 19-20.) Lähtökohtana on kehittämiskohteen tunnistaminen ja siihen liittyvien asioiden ymmärtäminen. Kehittämishankkeeni liittyy liiketoiminnan kehittämiseen

ja tarkoituksena on saada muutos. Tavoitteena voi olla uusi liiketoimintamalli, tuote tai palvelu, prosessien kehittäminen, uusien mallien kehittäminen tai uuden työku-
tuurin kehittäminen. Minulla se on liiketoimintamalli, jota haen. Tunnistamisen jäl-
keen haetaan hankkeeseen liittyvää tietoa, ns. tietoperusta. Tärkeää on löytää näkö-
kulma, josta katsoen tutkimuksellisessa kehittämistyössä edetään. Kehittämisen koh-
de rajataan ja suunnitellaan lähestymistapa ja prosessit. (Ojasalo ym. 2009, 24-25.)
Tämä vaihe olikin erityisen vaikea kehitystyössäni, vaikka toisaalta minulla oli ole-
massa selkeä tavoite. Oli vaikeaa löytää sopiva näkökulma ja lähestymistapa. Tieto-
perusta vaihteli aluksi BSC:stä strategiseen johtamiseen, kunnes päädyin innovaatioi-
hin ja niiden luomiseen.

Ensin valitaan päämäärä ja työn tavoitteet. Etsitään aiheeseen liittyvää tietoa sekä
käytännöstä että teoriasta, jolloin käsitteet samalla täsmentyvät. Sen jälkeen tar-
kennetaan kehittämistehtävää. Tutkitaan, mitä käytännön mahdollisuuksia pää-
määrien tavoittamiseksi on. Prosessissa vuorottelevat suunnittelu, toiminta ja toi-
minnan arviointi. (Ojasalo ym. 2009, 60.) Olen aloittanut kehittämistehtäväni kir-
jallisuuskatsauksen perehtymällä ensin perusteellisesti tämänhetkiseen mehiläistä-
louden tilanteeseen. Toimialan ymmärtäminen on tärkeää, jotta kehittämistyön rat-
kaisut kohdentuvat yrityksen todellisuuteen ja arkipäivään (Ojasalo ym. 2009, 29).
Dokumenttianalyysin avulla, lukemalla artikkeleja ja kotisivuja internetistä kerä-
sin pohjatietoa mm. mehiläispölytyspalveluista ja muiden mehiläistilojen tarjoa-
mista oheispalveluista sekä Suomessa että ulkomailla. Käytetyt dokumentit olivat
www-sivuja, lehtiartikkeleita, raportteja ja muuta kirjallista materiaalia. Heikkoja
signaaleja keräämällä voi löytää vahvoja signaaleita eli trendejä tai jopa mega-
trendejä (Ojasalo ym. 2009, 83).

Lähdekirjallisuuden etsimisen aloitin käymällä Fellmannian tiedonhankintaklini-
kalla keväällä 2013. Löysin mikroyrittäjyydestä kertovaa kirjallisuutta, mm. Tien-
suun (2005) teoksen tuotteistamisen haasteista mikroyrityksissä, jonka perusteella
alkoi muodostua suunta kehittämistehtäväni tietoperustaksi. Samalla löysin säh-
köisiä lähteitä yrittäjyydestä ja yritysten kasvusta, mutta myös kansainvälisiä tie-
teellisiä lehtiartikkeleita mehiläistutkimuksesta eri puolilla maailmaa. Tiensuun,
kuten Hakasenkin teos (2004) pk- yrityksen strategiatyöstä antoivat suuntaa, ikään
kuin avasivat silmäni luovuuteen ja sen merkitykseen yrityksen kasvattamisessa.

Luovuus ja innovatiivisuus lähdemateriaalina innostivat niin, että luin kesälomalla 2013 Lampikoski & Lampikosken teoksen Kehitä ideasi innovaatioiksi, joka sisältää runsaasti esimerkkejä yritysten innovaatioista Suomessa ja maailmalla. Luin myös yrittäjyyteen liittyviä artikkeleita ja erilaisia yritystarinoita, kuinka mikro-yritys on kasvanut suuremmaksi ja kuinka yrittäjät itse ovat kokeneet yrityskoon kasvamisen. Loimaalaisen Hunajayhtymän 50 prosentin osakekannan ostanut yrittäjä uskoo olevan mahdollista kasvattaa hunajantuotanto 40-kertaiseksi Suomessa (Puustinen & Mäkeläinen 2013, 66). Aloin samalla lukea Nelli-hakuportaalista opinnäytetöitä yrittäjyydestä, joka avasi lopullisesti silmäni siihen, että kehittämistehtäväni viitekehys onkin valtavan laaja ja monimuotoinen.

Kotimaan lomamatkalla pohdin oman yrityksen kehittämistä, kun kävin tutustumassa biisonitilaan. Mietin omalla kohdallani erityisesti taloudellisia ja ajankäyttöön liittyviä resursseja. Biisonitilalla Hämeenkoskella tein benchmarkingia, kuinka he olivat järjestäneet tilaan tutustumisen ja myyntityön tilallaan. Se oli hyvin yksinkertaista. Tavoitettavuus oli järjestetty niin, että ulko-oressa oli kaksi puhelinnumeroa, joista oli tilattavissa biisonien esittely. Olin itse sopinut etukäteen esittelystä. Pakastettua ja säilykelihaa oli ostettavissa talon eteiseen järjestetystä myyntitilasta. Tein benchmarkingia myös ystäväni hiekkaviljelmäpuutarhalla, jolla käy vuosittain tutustumassa satoja puutarha-alan harrastajia. Viime keväänä hänellä oli myös pop-up-ravintola pihassa. Ruoat myytiin autotallin eteen järjestetystä myyntitilasta ja pöytiä ja penkkejä oli järjestetty pihaan. Puutarhan esittely hoitui siinä sivussa. Minulla on olemassa myös haave, joka on Mellangård Honung Tammisaarella – maatila, jonka sivuelinkeinona on mehiläistarhaus. Tilan omistajat ovat kehittäneet matkailullisia elementtejä hunajateeman ympärille, kuten mehiläissafarin, hunajamaistiaisia, hunajapuodin ja kahvilan.

Käytin ennakkointia innovaatioiden tuottamiseen saadakseni ideoita, joita voisin käyttää luodakseni itselleni uusia liiketoimintamahdollisuuksia hunajaan ja mehiläisiin liittyen. Ennakoidakseni jouduin hankkimaan tulevaisuutta koskevaa tietoa, jota muokkasinkin ja analysoin (Ojasalo ym. 2009, 39). Dokumenttianalyysin avulla luin tämän ajan heikkoja signaaleja mm. Sirkka Heinosen artikkeleista. Trendien seuraaminen pohjustaa ennakkointia ja uusia ajatuksia kannattaa

jatkuvasti kirjoittaa muistiin. Seurataan, mitä tapahtuu yritysten liiketoimintamalleissa, ihmisten käyttäytymisessä, tekniikan kehityksessä tai ympäristöasioissa. (Ojasalo ym. 2009, 45.) Ennakointi pohjautuu tulevaisuuden tutkimukseen, jota sovelletaan liike-elämässä, kun halutaan kehittää sitä taloudellisesti, yhteiskunnallisesti tai organisaation kannalta hyödylliseen suuntaan. Ennakointi tuottaa innovaatioita. Sen avulla saadaan pohjaa pitkäaikaisille päätöksille, ymmärretään päätöksenteon uhkia ja mahdollisuuksia ja saadaan selville, mikä on mahdollista, toivottavaa, vältettävää tai oletettavaa tulevaisuudessa (Ojasalo ym. 2009, 80-81.) Tämän vuoksi halusin kehittämistehtävääni mukaan ennakkoinnin lähestymistapana, koska uskoin sen parhaiten tuovan uusia innovaatioita.

Ennakkoinnin menetelmän valinta riippuu siitä, mitä halutaan saada selville tai miten tulevaisuutta halutaan muuttaa. Menetelmät jaetaan lyhyisiin, jotka ovat vuoden mittaisia, keskipitkiin, jotka kestävät kolmisen vuotta ja pitkäaikaisiin menetelmiin, jotka ovat yli viisi vuotta. (Ojasalo ym. 2009, 83.) Käytin kehittämishankkeessani tulevaisuusverstasta, joka on aivoriihen tapainen ennakkoinnin menetelmä, joka perustuu sosiaalisen mielikuvituksen hyväksikäyttöön. On olemassa ongelma, johon etsitään ratkaisua. Perehdyttyäni aiheeseen aloin suunnitella tulevaisuusverstasta uusien ideoiden löytämiseksi, koska se vaikutti sopivimmalta menetelmältä tavoitettani ajatellen, tuottaa uusia innovaatioita mehiläistalouteen liittyen. Verstaaseen haetaan tavallisia ihmisiä. Tilan tulee olla viihtyisä, jossa myös ruoka- ja juomapuoli on järjestetty. Ongelma täsmennetään ja nykyisen tilanteen epäkohdat kirjoitetaan paperille. Mietitään, mitkä ongelmat ovat tärkeitä, joista kiinnostavimmat valitaan jatkokäsittelyyn. Ne voivat olla mahdottomiakin. Ongelmakohtia aletaan kääntää myönteisiksi. Verstaan vetäjän tulee ruokkia osallistujia keksimään hulluja ideoita. Ideoista parhaimmat valitaan jatkokäsittelyyn, joiden perusteella laaditaan toimintasuunnitelma. Puhuminen on tärkeää, eikä pelkästään kirjoittaminen. (Nurmela 2003, 200-201; Hassinen 2008.) Verstaan jäsenet olivatkin hyvin aktiivisia, minun ei tarvinnut kehoitella heitä puhumaan.

Tulevaisuusverstaan järjestin kotonani tiistaina 23.7.2013.klo 14 (kuva 1). Saadakseni hulluja ideoita kutsuin tulevaisuusverstaaseen yhdeksän kaikkein idearikainta ja innovatiivisinta ihmistä, jotka tunsin. Lähetin kutsun sähköpostitse

15.7.2013 (liite 2). Kuusi kutsutuista saapui paikalle (liite 1). Yksi kutsutuista ei päässyt tulemaan asuntomessujen vuoksi ja kaksi oli kesälomamatkalla. Järjestin kotini olohuoneeseen tilan, jossa oli mukava istua ja keskustella. Olin laittanut kaikille istumapaikat ringiin. Tarjosin hunajajuomaa tervetuliaismaljoina. Esittelin asioita fläppitaululla ja kirjasin ylös ryhmän esittämiä keskustelunaiheita. Keskustelutilaisuuden lopuksi tarjosin lohikeittoa ja marjatorttua kahvin kera. Tallensin keskustelun webkameralla tietokoneelleni aikavälillä klo 14.43 -16.34.



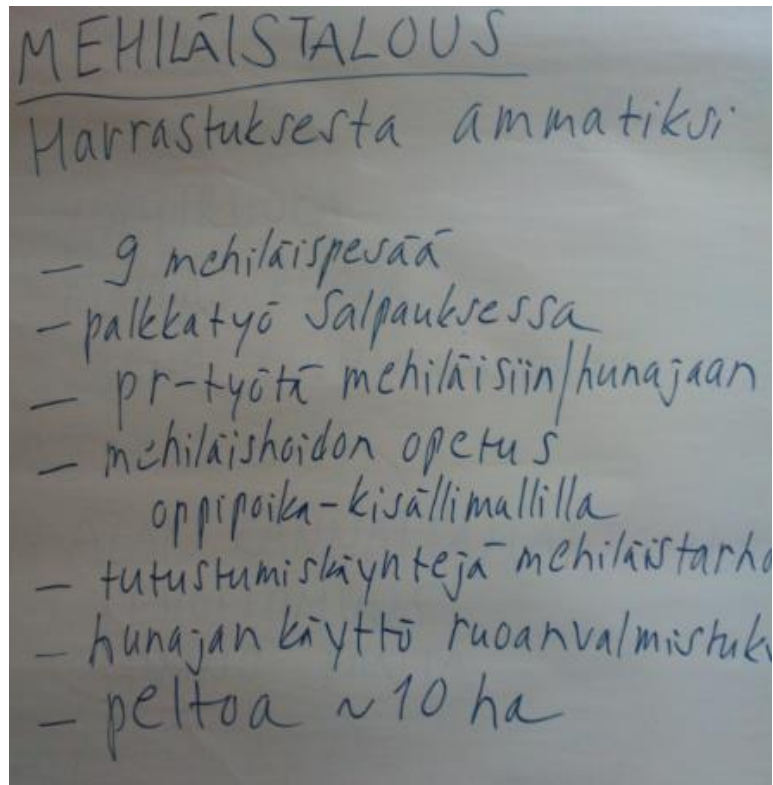
KUVA 1. Tulevaisuusverstaas kotonani

4.3 Aineiston keruu

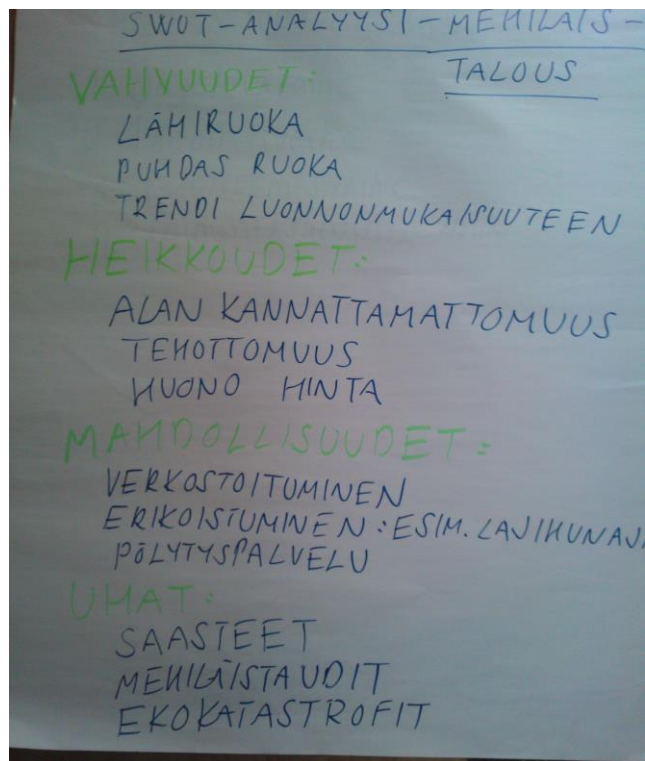
Keskustelu lähti liikkeelle niin, että tulevaisuusverstaan jäsenet esittelivät ensin itsensä ja kertoivat, mitä tekevät työkseen. Sen jälkeen selvitin ryhmälle oman taustani, koska kukaan ei tiennyt nykyistä toimenkuvaani kovin hyvin (kuva 2). Kerroin, että minulla on 9 mehiläispesää ja että olen ansiotyössä Koulutuskeskus Salpauksessa. Kerroin myös, että olen opettanut mehiläishoitoa oppipoikakisällimallilla, käynyt puhumassa erilaisissa tilaisuuksissa mehiläisistä ja hunajan käytöstä sekä esitellyt mehiläistarhaani opiskelijaryhmille ja heille, jotka käyvät

luonani ostamassa hunajaa. Selvitin, että 10 hehtaaria peltoani on tällä hetkellä naapurilla vuokralla. Sen jälkeen kerroin ryhmälle mehiläistalouden nykytilanteesta, sen vahvuuksista, heikkouksista, mahdollisuuksista ja uhkista (kuva 3). Kolmanneksi esittelin tulevaisuusverstaan menetelmänä ja kuinka se toteutetaan (kuva 4). Perekdytin siis osallistujat aluksi aiheeseen. Aikaa tähän meni puolisen tuntia. Sen jälkeen kannustin etsimään ongelmia. Ryhmä kyseli, kuinka paljon mehiläisiä täytyisi olla, jotta niistä saisi pääasiallisen toimeentulon ja selviäisinkö yksin siitä työmäärästä. He kysyivät myös, kuinka kauan kuluu aikaa yhden mehiläispesän hoitamiseen. Esitin heille laskelman, jonka mukaan 60 mehiläispesää on maksimimäärä yhdelle ihmiselle hoitaa mehiläisiä. Luku perustuu Suomen Mehiläishoitajain Liiton kannattavuuslaskelmiin, joiden mukaan työaikaa kuluu 8,2 tuntia pesää kohden vuodessa. Tämä luku kerrottuna 60 mehiläispesällä ja jaettuna aikavälille toukokuusta elokuuhun tarkoittaa 492 työtuntia kesässä, joka on suunnilleen 31 tuntia työtä viikossa. Mielestäni tämä työaika on vielä kohtuullinen, kun yksin tekee töitä. Sillä pesämäärällä jäisi työtulokseni kustannusten jälkeen 8700 euroa vuodessa, mikä ei tosiaankaan riitä toimeentuloon. Ongelmia alettiin kääntää myönteisiksi ja niihin yritettiin löytää ratkaisuja. Aikaa tähän osuuteen kului puolitoista tuntia.

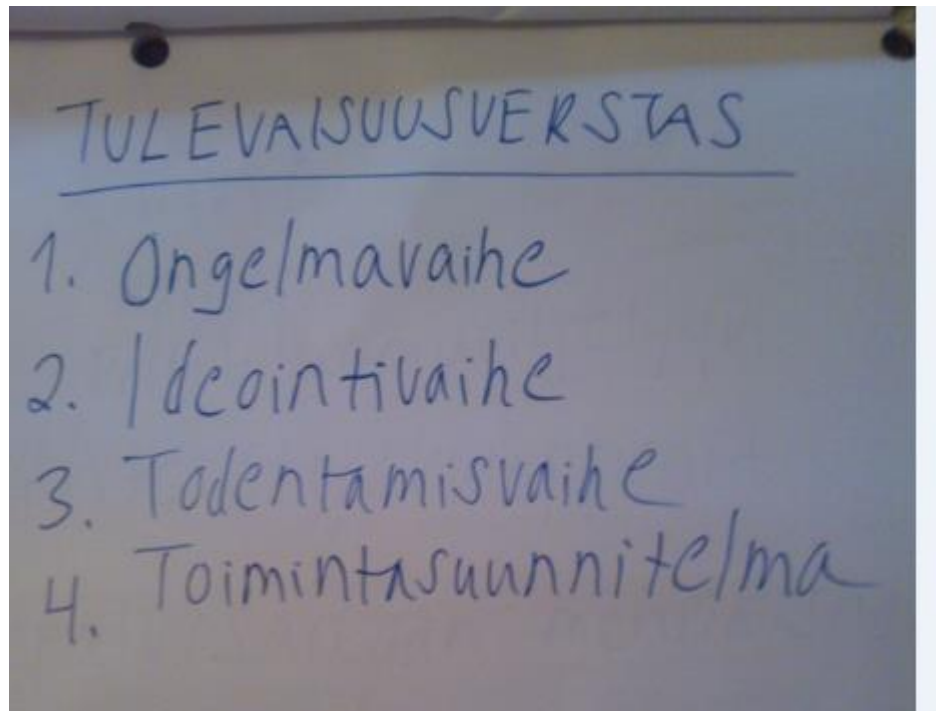
Oma roolini oli johtaa keskustelua etenemään ongelma kerrallaan ja rohkaista ryhmää keskustelemaan. Ryhmä oli aktiivinen ja alkoi kertoa ongelmia jo ennen kuin ehdin edes pyytää heitä niitä miettimään, joten tulevaisuusverstaaseen kuuluva erilaisten ongelmien tuottaminen, niistä tärkeimpien äänestäminen ja pääongelmien etsiminen jäivät tavallaan pois. Keskustelussa tuli esiin kaksi pääongelmaa, joihin ryhmä alkoi miettiä ratkaisuja. Ensimmäinen ongelma oli työvoimaongelma, kuinka selviän yksin lyhyestä hunajantuotantosesongist, joka ulottuu toukokuusta elokuuhun. Toinen ongelma oli, etten voisi hoitaa kovin suurta määrää mehiläisiä, koska päätyöni on kuitenkin opettaa Koulutuskeskus Salpauksessa. Siksi pyysin ryhmää ideoimaan muita tuotteita, joita voisin myydä saadakseni mehiläistaloudesta pääasiallisen toimeentulon.



KUVA 2. Nykyinen toimenkuvani.



KUVA 3. Mehiläisalan SWOT-analyysi.



KUVA 4. Tulevaisuusverstaan esittely menetelmänä.

4.4 Tulevaisuusverstaan tuottamat ideat

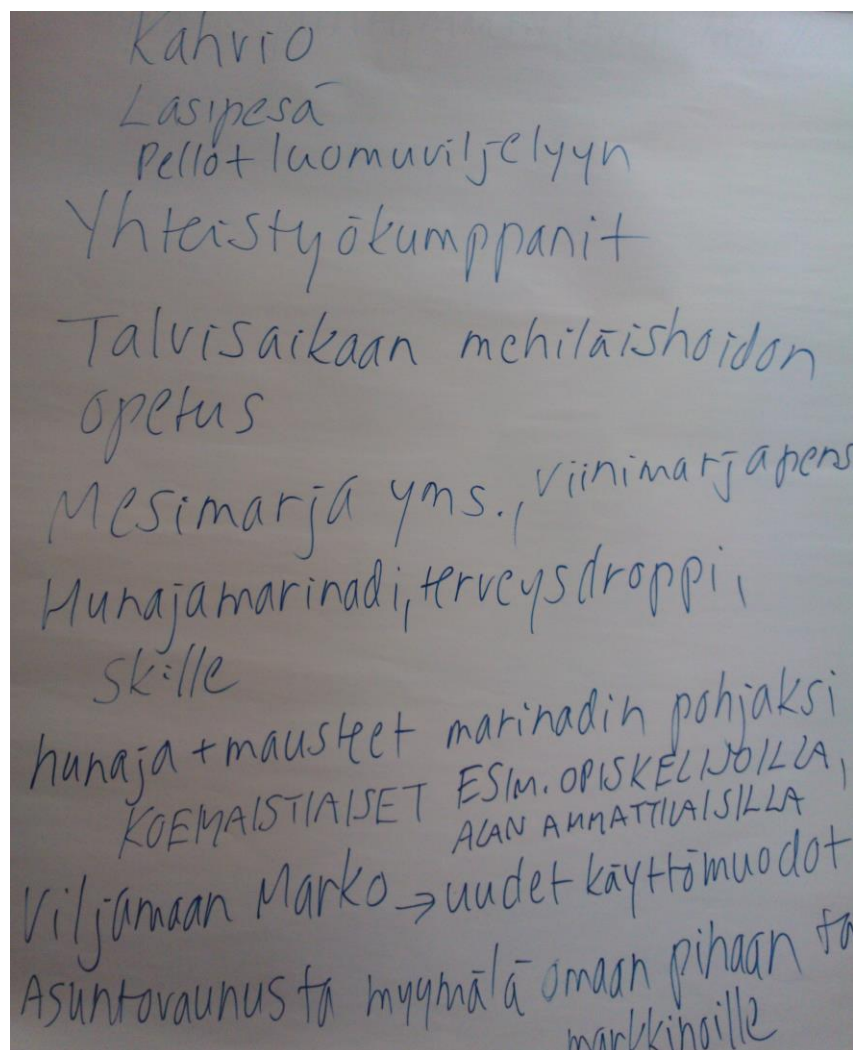
Ensimmäiseksi ryhmä pohti työvoimaongelmaa, kuinka selvitä yksin kesäaikaan sellaisesta pesämäärästä, joka tuottaisi riittävän toimeentulon. Ratkaisuksi ehdotettiin oppisopimuskoulutettavia, kesätyöntekijöitä ja maatalousalan harjoittelijoita. Ryhmä mietti myös, olisiko minulla olemassa sopivaa yhteistyökumppania, jonka kanssa voisin yhdessä alkaa hoitaa mehiläisiä. Nopeasti ryhmältä nousi idea kummimehiläispestistä tai leasingmehiläispestistä, jolloin en hoitaisikaan itse mehiläisiä vaan alkaisin vuokrata pihapiirissäni olevia mehiläispesiä ja asiakkaat kävisivät hoitamassa niitä itse opastuksellani. Hinnoittelu alkoi heti vaivata päätäni, mutta ryhmällä oli siihenkin ratkaisu: 10 kg hunajaa asiakkaalle omaan käyttöön ja loput minulle myyntiin, mitä mehiläispesä tuottaa. Keskisatoni on ollut 60 kg vuodessa pesää kohden, joka on hyvä. Suomessa keskisato on 39 kg pesää kohden (Suomen Mehiläishoitajain Liitto 2013).

Ajankäyttö on vallitsevin ongelmani mehiläisten hoidossa. Toinen ongelma siihen liittyen oli, etten voisi hoitaa kovin suurta määrää mehiläisiä, koska päätyöni on opettaa Koulutuskeskus Salpauksessa. Ryhmä mietti uusia tuotteita, joita hunajasta voisi jatkojalostaa, jotta tekemistä tulisi myös talviajaksi. Ryhmä ehdotti hunajakonsultin työtä, jota voisi kohdistaa erilaisiin ryhmiin, opiskelijoihin, lapsiin, eläkeläisiin, muihin hunajantuottajiin ja ruoanvalmistusteemaan liittyen. He ehdottivat myös mehiläishoidon opetusta työpaikallani, mahdollisesti viikonloppukursseja aloitteleville mehiläishoitajille (kuva 5). Uusia tuotteita olivat suurkeittiöihin suunnattu marinadi tai salaatikastike, johon tekisin valmiin seospussin, joka sisältää hunajan ja mausteet. Asiakas itse lisäisi etikan ja öljyn ohjeen mukaisesti. Suuntaamalla tuotteen suurkeittiöihin tuotteen myynnille tulisi enemmän volyymia kuin suuntaamalla tuotteen vähittäismyyntiin. Samantyyppinen idea oli hunajainen urheilujuoma, johon itse asiassa onkin olemassa hyvä resepti. Eräs ryhmän jäsenistä tiesi kosmetologien käyttämän, hunajaa sisältävän ihokarvojenpoistoaineen olevan peräisin Egyptistä. Hän suositteli tuotekehittelyä vastaavan kotimaisen tuotteen luomiseksi.

Pellon hoitoon liittyviä ideoita sain luomuviljelijöiltä, jotka asuvat naapurissani. He suosittelivat marjapensaiden viljelyä, ei mitään käsin poimittavaa marjaa, koska omasta jaksamisesta täytyy pitää huolta. He olivat sen asian omakohtaisesti kokeneet ja siksi siirtyneet luomuviljelyyn. Tulevaisuusverstaassa minua muistuteltiin, etten saa unohtaa omaa jaksamistani, liian paljon ei kannata kuvitella yksin tekevänsä. Luomun etu olisi myös se, että kolmasosa pelloista olisi koko ajan viherlannoituksessa viljelykierron takia, eikä koko pinta-alaa tarvisi viljellä samanaikaisesti. He suosittelivat valkomesikkää viherlannoituskasviksi, koska sillä on hyvä hunajakapasiteetti.

Matkailuun liittyviä ideoita oli perustaa asuntovaunuun hunaja- ja mehiläistuotemyymälä, jota voisi myös talvella kuljettaa erilaisiin tapahtumiin. Ryhmä oli ratkaissut omasta mielestään jo työvoimaongelmani, koska asiakkaani hoitivat itse mehiläiset tarhoillani. Pystyisin siis keskittymään kesäaikana muihin asioihin, kuten hunajaleirien järjestämiseen. Teltat pihaan tai bed & breakfast-majoitusta, koska huoneita on vapautumassa poikieni lähtiessä pois kotoa opiskelemaan. Kesäaikaan voisin ottaa myös ryhmiä tutustumaan mehiläisiini esim. liittämällä tu-

tustumiskäynnin linja-autoliikennöitsijöiden tuottamiin paketteihin sopivaksi. Ryhmille voisin tarjota kahvit joko pihalla tai pihapiirissä olevassa ladossa, joka kunnostettaisiin kesäkahvioksi. Tällöin keittotaidostani olisi hyötyä, kun tekisin ruokaa vieraileville ryhmille ja leiriytyjille. Eräs ryhmän jäsenistä oli nähnyt verkkosivuston www.luontoon.fi, jonka kautta värvättiin vapaaehtoisia paimentamaan lampaita Kolille. Samantyyppistä elämysmatkailua he ehdottivat minullekin.



KUVA 5. Tulevaisuusverstaan ideoita.

Lennotkaat ajatukset menivät koko ajan eteenpäin ja keskustelu eteni jouhevasti. Kouluttamalla koko ajan uusia mehiläishoitajia saisin luotua alihankintaverkoston, jonka avulla pystyisin tuottamaan enemmän hunajaa markkinoille. Tällöin tulisi luoda imago/brändi. Puhetta oli myös kotisivuista, verkkokaupasta ja mehiläishoitajille suunnatusta tukkumyymälästä, koska uudet kouluttamani mehiläishoitajat tarvitsevat mehiläishoitotarvikkeita. Myös yritysnimestä oli keskustelua. Ryhmän uutistuottaja keksi niitä runsaasti: Iitin Hunaja, Hunajafarmi, Hunajafarmari, Hunajatehdas, Mehiläisen Koti, Hunajakuningatar, Hunajataivas, Rieskan Hunaja, Bee & Honey, Hunajataivas, MehQu. Eniten pidin nimestä Hunajataivas.fi, jonka hyvin voisin ottaa käyttöön. Lopuksi ryhmä sanoi alkavansa seuralla, mitä saan aikaiseksi, koska he haluavat ideansa käyttöön ja tulevat kyllä uudelleenkin ideoimaan saunailan merkeissä, jos tarvin vielä apua.

Toimintasuunnitelma alkoi rakentua päässäni samalla, kun ryhmä ideoi. Itseasiassa he rakensivat samalla myös omanlaisensa toimintasuunnitelman. Aloin miettiä, että minun kannattaa edetä vaihteittain kohti tavoitettani, päätoimista yrittäjyyttä. Sain ryhmän keskustellessa rakennettua päässäni etenemismallin, jonka mukaan minun kannattaisi edetä liiketoimintani suunnittelussa, samalla huomioiden myös rahan- ja ajankäyttöni. Ansaintalogiikan määrittäminen vaikuttaa mm. asiakasmäärittelyyn, verkostokumppaneiden valintaan sekä tuotteen ja palvelun kehitykseen. Minun oli päätettävä, ansaitseanko myymällä hunajaa, sen tuottamiseen liittyviä tarvikkeita, hunajaan liittyviä palveluja vai kaikkien edellisten yhdistelmää. Radikaaleja innovaatioita on turha lähteä tavoittelemaan, jos ei ole halua muutosta. Radikaalit innovaatiot vaativat riskinottoa, osaamista, rahaa ja muutosalmiutta, joihin minulla ei ole mahdollisuutta (Apilo ym. 2007, 61.)

4.5 Aineiston tulokset ja analyysi

Kuuntelin videon pari päivää myöhemmin ja kirjoitin samalla ylös kaikki ongelmat ja ideat (liite 3), jotka nousivat esille eli litteroin aineiston (Tuomi & Sarajärvi 2013, 92). Aineistosta ja ansaintalogiikan yhdistelmästä aloin luoda kokonaisuutta, joka riittäisi pääasiallisen toimeentulon suunnitteluun. Ideoita tuli paljon, mutta kuitenkin erilaisia. Täysin hulluja ideoita ei kuitenkaan syntynyt vaan toteutettavissa olevia. Ryhmän jäsenet keksivät ideoita oman osaamisensa perusteella ja siltä alueelta, joka heille oli tuttua (liite 3). Teemoittelin aineiston aihepiireittäin olohuoneeni lattialla (Tuomi & Sarajärvi 2013, 93). Oma teemansa olivat ratkaisut työvoimapulaan. Idearyhmiksi valitsin: Kouluttamiseen liittyvät ideat, matkailuun liittyvät, elämykselliset ideat, markkinointi-ideat, maanviljelyyn liittyvät ideat ja sekalaiset muut ideat. Otin analysointivaiheessa mukaan myös omat aikaisemmat ideani. Saamistani ideoista aloin miettiä toimivaa pakettia hunajantuotannon yhteyteen.

Kehittämishankkeeni tarkoituksena on ratkaista käytännön ongelma. Pelkkä asioiden toteaminen ei riitä vaan haen nykyisen todellisuuden muuttamista. Muutos voi olla erilainen kuin alussa on tavoiteltu, muutos voi olla myös tapahtumatta. (Ojasalo ym. 2009, 58-59.) Tämä lause erityisesti askarruttaa minua omassa opinnäytetyössäni. Aikaisempia tuloksia on vaikea hyödyntää, koska tutkimuskohde on tilanteeseen sidottu. Tosin samantapaisia tarinoita on koko ajan luettavissa. Maaseudulla elämistä ja siellä toteutettavia elinkeinoja mietitään, käydään ansiotyössä, suunnitellaan oman maatilan kehittämistä. Usein maaseudun matkailuun liittyvisissä visioissa on kuitenkin mukana jollakin tavalla perusalkutuotanto, joka luo mahdollisuuden kokeilla muutakin, kun perustoimeentulo on varmistettu. Samanlainen suhde on itselläni ansiotyöhön, joka tuo minulle perustoimeentulon. Napanuoran katkaiseminen on vaikeaa. Tulevaisuusverstaan oppisopimuskoulutettava tai maatalousalan harjoittelija olisi ongelman ratkaisu työvoimaongelmiini. Tuskin joka kesälle kuitenkaan saisin uutta opiskelijaa kesäapulaiseksi.

Oma osaamiseni ja taustani vaikuttavat lopputulokseen. Olin saanut paljon ideoita opinnäytetyöhöni jo opiskeluni myötä, kun olin esitellyt muille yamk-

opiskelijoille kehittämishankettani erilaisissa työpajoissa. Olin valinnut kurssit opiskeluaikana niin, että ne hyödyttäisivät kehittämistehtäväni tekemistä, kuten talouden suunnittelun ja ohjauksen ja verkostot ja asiakkuudet. Mietin, mitä vahvuuksia minulla on olemassa, joita pystyisin hyödyntämään yrittäjyydessäni. Oma osaaminen ja ydinosaaminen ratkaisevat, mitä aletaan kehittää (Hakanen 2004, 46). Meillä ei ole koskaan hiljaista kotona, poikieni kavereita on meillä arki-iltaisina ja viikonloppuisin. Hyörinää riittää ympärillä, enkä vaivaannu siitä. Olen vieraanvarainen ja sosiaalinen, pidän ihmisistä ja keskusteluista heidän kanssaan. Olen myös hyvä kokki. Kesällä hunajan myyntisesongin aikaan meillä käy joka päivä useampia asiakkaita. Nämä asiat puoltavat matkailuun liittyvien palveluiden myymistä.

Yllättävää kyllä, ruoanlaittoon liittyvät ideat jäivät taustalle, vaikka minulla onkin keittotaidon osaamista. Syy siihen on, että niiden ideoiden hyödyntäminen tässä yhteydessä toimeentulon lähteenä tuntui vähäiseltä ja yksinään merkityksettömältä. Ruoanlaitto pitäisi ennemmin kytkeä kiinni muihin toimintoihin, kuten kahvilatuotteiden valmistukseen tai hunajaleirien muonitukseen. Luonnossa valmistettavat elämykselliset ateriat, joissa yhdistyvät miljöö ja ruoan hyvä maku ovat kuitenkin yksi osa-alue, jota ei kannata unohtaa. Grillikatoksessa, 30 asteen pakkasessa tarjotut blinit ja lohikeitto, järven rannalla kesäiltana paistetut savulohitäytteiset letut tai tulisen kuuma hernekeitto puutarhassa tarjottuna koko päivän kestäneen omenapuiden hoitotyön päätteeksi ovat olleet itselleni kokemuksia, jotka muistan loppuikäni. Myös opiskelijoiden valmistama gourmet-ateria, joka tarjottiin toukokuussa kukkivien omenapuiden alla, on jäänyt ikimuistoisesti mieleeni. Samantapaisia ruokaelämyksiä voisi kehittää mehiläistarhalla vietetyn tutustumispäivän yhteyteen. Esimerkiksi luonnossa valmistettu ateria, joka tehdään osittain yhdessä ja jossa käytetään hunajaa makuaineena. Vastalینگotusta hunajasta, kasviksista ja kalasta saa tehtyä herkullisia aterioita.

Mietin, miksi minulta ostetaan hunajaa, mitä asiakkaat arvostavat? Tarkastelen nykyisiä asiakkaita ja keitä asiakkaita nykyisten lisäksi voisi olla. Joillekin asiakkailleni on jokavuotinen elämys, kun he tulevat ostamaan vuoden hunajat maatilaltani. Vuoden kohokohta, he sanovat. He hakevat hunajan lisäksi siis elämyksiä. Joillekin vien hunajaa kotiin. He arvostavat sitä, että hunaja on helposti saatavissa.

Nyt muutamana kesänä olen vienyt hunajaa mukani marttojen kesäpäivän viettoon, jossa on ohjelmassa ruoanlaittoa ulkona ja saunomista. He ovat etukäteen tilanneet hunajat ja samalla olen kertonut heille sen kesän hunajasadosta, mehiläisten voinnista ja hunajan käytöstä ylipäättään. Näistä elementeistä mietin, miten saisin ne yhdistettyä matkailuun liittyen. Matkailuyritys, joka tarjoaa kokouspalveluja/saunapalvelua/ruokaa hunajateemaan liittyen? Sauna, saunahunaja ja kylpytynnyri? Samalla asiakkaat voisivat ostaa hunajaani ja hunajatuotteita, joiden ei tarvisi olla itsetehtyjä. Ammattitaitoni ja osaamiseni tukisivat tämän tyyppistä toimintaa. Olen niin pitkään jo hoitanut mehiläisiä, että olen oppinut niistä kaikenlaista, samoin hunajan käytöstä ja sen lääkinnällisistä ominaisuuksista.

Päätin ottaa keväällä 2014 puolitoista kuukautta opintovapaata ansiotyöstäni, koska olin vakaasti sitä mieltä, että luovuus ja innovatiivisuus vaativat aikaa ja vapautta rutiineista. Jatkuva kiire pakottaa suuntaamaan ajankäytön nykyhetkeen. (Hakanen 2004, 84.) Suurin este innovatiivisuudelle on sirpaletyö. Innovointi edellyttää pitkäkestoista, yhtäjaksoista keskittymistä. (Länsisalmi 2013, 76.) Pystyin kirjoittamaan opinnäytetyöni loppuun vasta, kun sain aikaa vapaaseen ajatteluun. Omasta mielestäni en ole koskaan ollut erityisen luova ihminen, mutta saan helposti olemassa olevista ideoista muokattua itselleni sopivia toimintamalleja. Luovuuden jaloa taitoa voi kuitenkin oppia ja harjaannuttaa (Solatie & Mäkeläinen 2009, 81-84).

Heikkojen signaalien tunnistaminen vaatii herkkyyttä. On tavallista, että torjua heikko signaali, jos siihen ei uskota tai signaali ei ole mieleinen. Todennäköisten signaalien perusteella aloitetaan skenaariotyö ja ideoiden testaus, mahdollisesti myös strategia. Heikkoon signaaliin olisi tartuttava ennen kuin siitä tulee trendi. Uusien tuotteiden ja tekniikan kohdalla on mietittävä, kannattaako heikkoon signaaliin tarttua. (Ojasalo ym. 2009, 136-137.) Heikot signaalit voivat naurattaa kollegoja. Niitä vastustetaan ja ihmetellään, kukaan ei ole kuullut niistä tai niistä halutaan vaieta. Heikko signaali on kuitenkin hyvä, jos yksi tai useampi asia edellä mainituista toteutuu. (Solatie & Mäkeläinen 2009, 195.) Kaupunkimehiläishoito liittyy mielestäni heikkoihin signaaleihin slow lifeen, LOHAS-kuluttamiseen, omavaraisuuteen ja itsetekemiseen (Heinonen 2013). Asiakas ei kuitenkaan osta tuotetta uutuuden perusteella, hän ostaa vain, jos tarvitsee tai haluaa palvelun (Fo-

gelholm 2009, 23). Uutuustuote voi olla keksijälle iso asia, mutta se vaatii enemmän markkinointia kuin nykyinen tuote nykyisillä markkinoilla. Ihmiset mielellään pitäytyvät tutuissa ja hyväksi havaituissa tuotteissa. Valmis tuote ei mene kaupaksi ilman tehokasta markkinointia. (Fogelholm 2009, 25-26, 84.) Yksi ongelma tuotteideni lanseeraamisessa on, miten saan tehtyä uudet palveluni tunnetuiksi suurelle yleisölle.

Riesin (2011) mukaan asiakkaalla on oltava ongelma, johon hän haluaa ratkaisun. Kehittämistehtävässäni ajattelen, että asiakas haluaa oppia mehiläishoitoa. Onko hän valmis maksamaan siitä, ostaisiko juuri minulta ja osaanko rakentaa ongelmaan ratkaisun? (Länsisalmi 2013, 23.) Hinnan tulee olla oikeassa suhteessa asiakkaan tarpeisiin nähden, tuotteen on tuotava asiakkaalle arvoa. Tuotteen on oltava erilainen ja se on asemoitava eri lailla kilpailijoihin nähden. Yrityksen omia vahvuuksia, osaamista ja brändiä tulee hyödyntää. Markkinointitutkimusta olisi myös hyvä hyödyntää, jos kohdemarkkinaa ei ole tutkittu, eikä sen tarpeita ymmärretä, tuotteen asemointi saatetaan tehdä virhellisesti. Uutta tuotetta kaupallistettaessa on harkittava, onko kysyntää riittävästi ja ketkä tuotetta ostaisivat. On suunniteltava, milloin tuote kannattaa tuoda markkinoille ja kuinka kysyntä saadaan aktivoitua. Tuotteen oikea-aikainen markkinoille saattaminen luo kilpailuetua ja mahdollistaa myös kermankuorintahinnoittelun. (Mäntyneva 2012, 113-119.) Näihin kaikkiin kysymyksiin on mietittävä ratkaisu, ennen kuin alan myydä uusia palveluita.

4.5.1 Koulutus uutena innovaationa

Innovaatio toteutuu kahden alan yhdistämisessä, kun yhdistetään mehiläishoito ja opetus (Lampikoski & Lampikoski 2004, 249). Tämä idea nousi esiin tulevaisuusverstaassa, kun osallistujat pohtivat ajankäyttöäni. Heidän ratkaisunsa oli, että hunajaa ostavat asiakkaat hoitavat itse mehiläiset. Kummimehiläispesästä puhui minulle myös yksi tulevaisuusverstaaseen kutsutuista, joka ei päässyt osallistumaan muiden menojen vuoksi. Mehiläispesän leasingin voisi toteuttaa niin, että mehiläishoitajalla on ns. kummimehiläispesiä, jotka on nimetty aloitteleville mehiläishoitajille. Oma ideani on, että opittuaan perustaitoja aloittelija voisi ostaa itselleen mehiläispesän ja siirtää sen itselleen sopivaan paikkaan. Alussa opettelu

sujuisi turvallisessa ohjauksessa ja ympäristössä ammattitaitoisen mehiläishoitajan opastuksella ja hänen välineillään, pikkuhiljaa aloittelija voisi siirtyä omilleen, jos niin haluaa. Opetusidea on mielestäni loistava ja minulle sopiva, koska olen tottunut hyörintään ympärilläni niin kotona kuin opetustyössäni.

Verkostoituminen kiinnostaa, koska olen ansiotyössäni huomannut, että se kannattaa. Verkostoituminen näkyi myös tulevaisuusverstaan työskentelyssä. Jokaisella ryhmän jäsenellä oli omat verkostonsa, joista saamaansa tietoa he toivat mukaan tulevaisuusverstaaseen. Olemassa olevien verkostojen tehokas hyödyntäminen onkin tärkeää innovatiiviselle organisaatiolle (Länsisalmi 2013, 91). Yrittäjän verkostojen luominen on tietoista ja suhdeosaamista pidetäänkin tärkeänä kilpailutekijänä pk-yrityksissä. Huuskosen mukaan (1992) yrittäjän työkokemus ja roolimallit vaikuttavat sekä yrittäjäksi ryhtymiseen kuin myös suhdeverkostoon. (Pietiläinen ym. 2005, 7-15.) Olen tässä kehittämistehtävässä hyödyntänyt omaa verkostoani ja se on auttanut ideoimaan ja viemään tätä työtä eteenpäin. Tulevaisuusverstaassa yksi osallistujista kysyi, voisinko pitää mehiläishoitokursseja nykyisessä työpaikassani, hyödyntää työnantajan verkostoa. Se saattaisi olla mahdollista.

Kilpailijoiden kanssa kannattaa tehdä yhteistyötä, verkottua. Tulevaisuusverstaassa minulta kysyttiin, olisiko olemassa joku sopiva yhteistyökumppani, jonka kanssa voisin tehdä mehiläishoitotyötä yhdessä, mikä olisi yksi vaihtoehto tasaamaan työhuippuja. Näitä yhteistyökumppaneita voisi löytää mehiläishoidon opetuksen myötä. Kouluttamalla uusia mehiläishoitajia voisi luoda alihankintaverkoston, jonka avulla pystyisi tuottamaan enemmän hunajaa markkinoille. Ajatus sellaisen brändin luomisesta, jossa haluttaisiin olla mukana ja jolle haluttaisiin tehdä töitä, on mielestäni kuitenkin hiukan lapsellinen. Verkostossa täytyy kaikkien osapuolten hyötyä yhteistyöstä. Yhteinen tekijä, joka yhdistäisi brändin, voisi olla luonnonmukainen tuote vähäisellä käsittelyllä, joka säilyttää paremmin hunajan luontaiset entsyymit ja näin hunajan terveysvaikutus säilyy paremmin. Tällaisesta verkottumisesta olen puhunut jo vuonna 2012 Helsingin seudun mehiläishoitajien puheenjohtajan kanssa, joka etsi samalla tavalla ajattelevia mehiläishoitajia yhteen. Valitettavasti oli pakko sanoa silloin ”ei”. Ei riittänyt aika, vaikka kiinnostusta olisi ollutkin.

Verkostoitumista hyödyntäisin mielelläni naapurissani asuvan käsityöohjaajan kanssa. Hänen kanssaan voisin alkaa tehdä yhteistyötä raaka-aineen jatkojalostuksen muodossa. Olen itse opettanut kotikosmetiikan valmistusta taannoin Perhe-
niemen opistossa Iitissä, eikä se ole kovinkaan vaikeaa. Naapurini voisi pitää kotikosmetiikkakursseja, joilla käytetään raaka-aineina mehiläisvahaa ja hunajaa. Myös suomalaista karvanpoistoainetta voisi valmistaa kosmetologien käyttöön sokerista, vedestä, sitruunahaposta ja hunajasta. Hunajasta ja mehiläisvahasta voi tehdä melko helposti ihovoiteita, saippuaa, kuorintavoiteita, kasvonaamioita ja huulirasvaa. Jotkut nykyiset asiakkaani tekevät kotonaan yskänroh-
toa/terveysdroppia, joka keitetään valkosipulista, hunajasta, sitruunamehusta ja vedestä. Sitä säilytetään jääkaapissa ja nautitaan ruokalusikallinen aamuin illoin. Myös propolisuutetta voi tehdä itse kotona lääkinnälliseen käyttöön, kuten flunssan ennaltaehkäisyyn ja haavojen hoitoon. Näiden tuotteiden valmistamisesta voisi suunnitella pari-kolme tuntia kestävästä kurssista, joiden teemana voisi olla kotikosmetiikka tai terveysvaikutteiset mehiläistuotteet. Myös kynttilöitä voisi valmistaa muutaman tunnin iltakurssilla. Voisin koota hänelle raaka-ainepaketteja, joita hän voisi myydä tarvikemaksua vastaan. Näitä paketteja ohjeineen asiakkaat voisivat myös ostaa kotiin vietäväksi tai tuttaville lahjaksi.

4.5.2 Matkailua kohti vähitellen

Esimerkki uudesta jakelukanavasta on asuntovaunumyymälä (Lampikoski & Lampikoski 2004, 244), jossa myydään hunajaan ja mehiläisiin liittyviä tuotteita kuluttajille. Idea on johdettavissa myymäläautosta, mutta asuntovaunu on helpompi kuljettaa paikasta toiseen, eikä vaadi niin suurta tavaravarastoa myyntiä varten. Tämä idea nousi tulevaisuusverstaasta. Samalla siitä tulisi lisäansio talven aikaista toimeentuloa ajatellen. Asuntovaunumyymälä ei ole perinteinen ratkaisu, mutta helpottaisi tuotteiden saatavuutta asiakkaiden näkökulmasta. Käytetystä asuntovaunusta voisi melko edullisesti sisustaa pienen myymälän, jota voisi myös talvisaikaan kuljettaa erilaisiin tapahtumiin. Kesäaikaan sitä voisi pitää kotipihas-
sa myymälänä.

Benchmarkingin avulla voidaan ottaa oppia muualta, jolloin voidaan uida vasta-
virtaan ja kehittää tuotetta toiseen suuntaan kuin valtavirta, mikä saattaa olla yksi

mahdollisuus uusiin innovaatioihin. (Lampikoski & Lampikoski 2004, 260, 280.) Kävin kesällä 2013 ennen tulevaisuusverstasta tutustumassa biisonitilaan Hämeenkoskella. Varsinaista uutta tai muista poikkeavaa innovaatiota ei tätä kautta löytynyt, mutta Hämeenkoskella sain mallia, miten voisin pienimuotoisesti alkaa järjestää tutustumiskäyntejä mehiläispesilleni. Matkailuun ja elämyksellisyyteen liittyen voisi tarjota tutustumiskäyntiä mehiläistarhalle esimerkiksi hinnalla 8 euroa/henkilö. Biisonitilalla hinta oli neljä euroa. Olen lukenut myös mehiläisaiheesta luontopolusta lapsille, joka mielestäni olisi varteenotettava idea.

Keväällä 2013 vierailin myös puutarhuriystäväni pop-up-ravintolassa, josta sain ideoita ruokailun järjestämiseen. Tulevaisuusverstaan jäsenet ideoivat hunajateeman ympärille rakennettua elämysmatkailua, joka voisi olla lyhytkestoinen palvelupaketti, jossa yhdistyy sauna, hunajahoito ja ruoka/juoma tai pidempikestoinen viikonloppupaketti. Nyt keväällä 2014 luin vielä Kantrista, Maaseudun Tulevaisuuden kuukausiliitteestä Talviaisten tilasta, joka järjestää joka kesä avoimet ovet. Näitä on järjestetty jo kolmena vuonna. Tänä kesänä siellä järjestetään samalla maatilan pop-up-ravintolapäivä. Tämän tyyppinen toiminta olisi itselleni ja muille mehiläishoitajille mahdollista. Voisi laittaa hunajaisia ruokia ja esitellä mehiläistarhaa. Parasta tässä on, että toukokuussa 2014 avautuu verkkosivusto, www.avoinmaaseutu.fi, johon on koottu tiloja, jotka tarjoavat palveluja kuluttajille, esim. suoramyyntiä tai majoitusta tai toimintansa esittelyä kiinnostuneille. Tila voi pitää kerran vuodessa avoimien ovien päivän tai esitellä toimintaansa etukäteen sovittaessa ympäri vuoden. (Haapamatti 2014, 4-7.) Tämä olisi hyvä aloitus, jolla voisi pienimuotoisesti lähteä liikkeelle. Alkuun voisi olla silloin tällöin avoimet ovet.

Länsisalmi kirjoittaa teoksessaan innovaatiosta, joka voi olla lainattu toiselta toimialalta tai toisesta ympäristöstä. Innovaatio on uusi siinä ympäristössä, johon se tuodaan (Länsisalmi 2013, 13-14.) Tähän liittyen yksi tulevaisuusverstaan jäsenistä kertoi ystävästään, joka oli ollut lampaanpaimennusleirillä Kolilla. Tästä lähti liikkeelle ajatus hunajaleiristä. Metsähallituksen ylläpitämällä Luontoon.fi-sivustolla on paljon vinkkejä luonnossa harrastamiseen. 400 eurolla sai majoituksen sekä savusaunan ja nuotiokehän käyttöönsä. Teemaleiri koululaisille, eläkeläisille tai polttariporukoille olisi vastaavanlainen idea. Majoitus voisi olla telttama-

joitus tai huone asuinrakennuksessa sisältäen saunan käyttömahdollisuuden ja aamupalan. Muita vastaavia kursseja voisivat olla hunajaan ja hyvinvointiin teemoitettu viikonloppukurssi tai mehiläishoitokurssi aloittelijoille viikonlopun ajan. Taannoin vuonna 2005 suunnittelin myös Hunajaisia elämyksiä-viikonloppukurssin, johon suunnittelin hunajasaunomista, mehiläisvahahoitoa, hunajaisen aterian valmistuksen ja vähän kotikosmetiikan tekoa. Valitettavasti kurssi ei kuitenkaan mennyt kaupaksi silloisessa työpaikassani Perheniemen opistossa. Perinteiset kotikutsut, joilla myydään hunajaa ja hunajaan liittyviä tuotteita, on esimerkki uudesta jakelukanavasta (Lampikoski & Lampikoski 2004, 244), josta en ole ainakaan aikaisemmin kuullut.

Lampikoski & Lampikosken mukaan on olemassa jäännösaikkoja, joita voidaan hyödyntää, esim. maatilojen hylätyille tuotantorakennuksille voi keksiä uusia käyttömuotoja (Lampikoski & Lampikoski 2004, 252-253). Samasta aiheesta kirjoitti myös Suomen Mehiläishoitajain Liiton toiminnanjohtaja Heikki Vartiainen, kun kyselin häneltä hunajantuotannon tulevaisuuden painopisteistä. *”Maaseudulla on paljon käyttämätöntä rakennusala, josta saa suhteellisen edullisesti tehtyä mehiläistiloja”*, hän toteaa sähköpostiviestissään (Vartiainen 2013). Myös tulevaisuusverstaan jäsenet sanoivat, että kannattaa hyödyntää olemassa olevia rakennuksia mm. kesäkahvilan pitämisessä. Tarvittaessa voi laajentaakin ja rakentaa kokoustiloja tai saunan, jos kysyntää tuntuu riittävän.

4.5.3 Maanviljelyskö tukipilarina?

Tulevaisuusverstaassa oli mukana luomuviljelijäpariskunta. Heistä toinen pohti erityisesti mehiläistalouden kannattavuutta elinkeinona. Peltojen hoitaminen tuotavalla tavalla olisi yksi tukiranka rahavirran tuottamiseen, joka antaisi liikkuvuutta myös maatilani kehittämiseen matkailulliseen suuntaan. Sen vuoksi toinen luomuviljelijöistä ehdotti luomuun siirtymistä ja mustaherukan viljelyä. Yrityksiä saattaa kahlita väite, mikä malli on oikea tai mikä on paras tapa toimia (Lampikoski & Lampikoski 2004, 275). Pellolla voisi siis kasvaa muutakin kuin viljaa tai heinää. Mustaherukka sopisi hyvin yhteen mehiläishoidon kanssa pölytyksen vuoksi. Mesimarjan viljely on aina kiinnostanut minua, mutta marjojen poimiminen on työlästä, eikä näin ollen ole mahdollista, koska kesäaikaan olisi kuitenkin

eniten työtä mehiläisten kanssa. Sen sijaan koneellisesti korjattavien marjapensaiden istuttaminen pelloille olisi sekä pölyttämisen että hunajantuotannon kannalta hyvä idea, joskin vaatisi opettelua ja benchmarkkausta. Benchmarkauksen avulla voidaan kuitenkin ottaa oppia muualta ja kehittää tuotetta toiseen suuntaan kuin muut (Lampikoski & Lampikoski 2004, 260, 280). Luomuviljelyä sekä marjapensaiden että hunajantuotannon osalta kannattaisi harkita, koska luomutuotteista on pulaa.

Vuokratun pellon hinta on tällä hetkellä sen verran hyvä, etten kovin helposti halua siirtyä uudelleen maanviljelijäksi, joskin hunajakasvien viljely olisi mielenkiintoista. Sekin voi tulla vielä eteen, jos en saa peltojani vuokrattua haluamallani hinnalla. Jos ajatellaan maanviljelyksen näkökulmasta luonnonhoitopellon viljelyä, Ypäjällä vuosina 2003-2008 toteutetun kenttäkokeen perusteella pölyttäjähyönteisille parhain niittykasviyhdistelmä oli hunajakukka, ruisvirna ja ahdekaunokki, kun ne saavat kasvaa useamman vuoden ajan samalla loholla. Etenkin perhoset lisääntyivät vuosien mittaan. (Alanen, Hyvönen & Kuussaari 2010, 107-109.) Mehiläispesien siirtäminen hyvien hunajalaitumien äärelle kiinnostaa kuitenkin enemmän kuin oman pellon viljely. Silloin olisi mahdollista saada tietyistä kukista kerättyä lajihunajaa.

Pölytyspalvelusta paljon puhutaan, mutta se on kuitenkin lapsenkengissä Suomessa. Mehiläiset voivat levittää myös harmaahomeen torjunta-ainetta jaloissaan mansikan kukkiin. Suomen Mehiläishoitajain Liitto teki loppuvuodesta 2013 nettissä kyselyn pölytyspalvelun tarjonnasta. Viljelijät maksavat eniten mansikan pölytyksestä 60-120 euroa pesää kohden. Vadelman pölytyksestä maksettiin 120 euroa/mehiläispesä. Rypsin ja rapsin pölytyksestä ei maksettu lainkaan. (Lehtonen 2014, 30.) Riittävä mehiläismäärä, jotta kasveille saataisiin sadonlisäystä, on keskimäärin 3-5 pesää hehtaaria kohden kasvusta riippuen. Omena- ja kirsikkatarhassa mehiläispesiä saisi olla keskimäärin 10 pesää hehtaaria kohden, jotta pölytyksestä olisi hyötyä. (Peltotalo 2010, 48.) Voisin ajatella siirtäväni mehiläisiä vaikkapa mansikkapellon laitaan, jos pääsisin sinne helposti autolla ja sieltä saamani hunaja olisi hyvänmakuista. Etenkin siinä tilanteessa, jos kotitarhani olisi jo niin täynnä mehiläispesiä, etten voisi enää pitää niitä samassa paikassa.

4.6 Toimintasuunnitelma vaiheittain

Tiensuu kirjoittaa välitavoitteiden luomisesta, joka vie suunnitelmat hitaasti käytäntöön. Ajattelin vaiheittaisen step by step-kehittämistyön sopivan myös minulle, koska näin kehittämisideat tulisivat vähitellen konkreettisiksi. (Tiensuu 2005, 48.) Ideoita tulevaisuusverstaasta tuli paljon, mutta vasta ne ideat ovat todellisia innovaatioita, jotka saadaan otettua käyttöön (Mäntyneva 2012, 16). Kaipasin, että tulevaisuusverstaassa olisi löytynyt jokin Hargadonin (2003) mukaan ns. läpimurtoinnovaatio, mutta valitettavasti sitä ei tullut. Toisaalta Valiollakin mullistavia innovaatioita on syntynyt vain 10 vuoden välein, se vähän lohdutti minua (Solatie & Mäkeläinen 2009, 40). Yritystoimintaa kehitettäessä on tärkeää keskittyä niihin asioihin, jotka osaa ja hallitsee, kuten minulla opetus ja ruoanlaitto (Kovala 2010, 36). Näin ajattelin edetä. Täysin uudelle alueelle, josta en mitään tiedä, en uskaltaisi lähteä. Rizovan (2006) mukaan viisi kymmenestä tuotekehityshankkeesta epäonnistuu, kolme hylätään ja vain kaksi onnistuu. On siis hyväkin, että useita hankkeita on menossa yhtäaikaan, koska kultasuonen löytyminen vie aikaa (Länsisalmi 2013, 82.) Tulevaisuusverstaan tuottamia ja omia ideoitani voin ja kannattaakin ottaa käyttöön, koska oikeaan suuntaan kehittäminen vaatii kokeiluja ja aikaa.

Kehittämishankkeeni toimintasuunnitelma alkoi muotoutua jo tulevaisuusverstaan aikana. Roadmap eli tiekartta kuvaa yrityksen strategian vaiheittaista etenemistä. Ideat kehitetään konseptiksi, jota voidaan testata markkinoilla. Uusi konsepti saat-
taa siirtää liiketoiminnan painopistettä alueille, jotka eivät ole strategian mukaisia. Konseptia kannattaakin testata nopeasti, alkuvaiheessa epäonnistuminen tulee halvemmaksi kuin pidemmälle vietyinä. Innovaatioihin liittyvä tiekartta kuvaa, millä aikataululla innovaatiot aiotaan toteuttaa. (Mäntyneva 2012, 106-111.) Ajankäyttöni perusteella suunnittelin kolmivaiheisen mallin, joka on toteutettavissa myös taloudellisesti. Kuvioon 2 kuvasin toimintasuunnitelman vaiheittain.

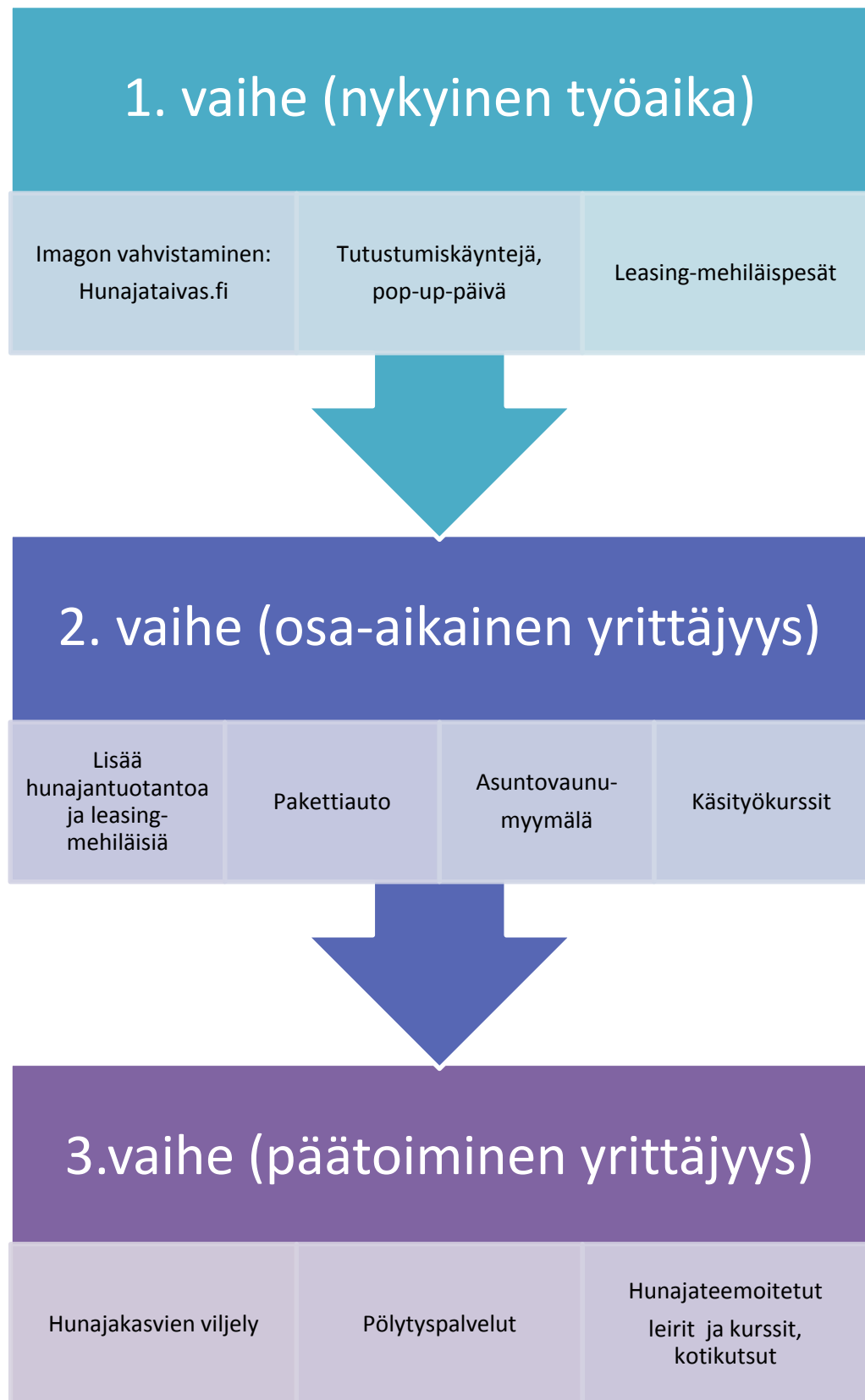
Ensimmäisessä vaiheessa nykyisellä työajallani en pysty muuhun kuin parantamaan nykyistä hunajantuottajan imagoani luomalla yritysnimen ja yritykselleni kotisivut. Tulevaisuusverstaassa sain runsaan määrän yritysnimiä, mutta eniten pidin Hunajataivas.fi:stä, jonka voin ottaa käyttöön, jos se on vielä vapaana. Face-

book-tili pitäisi myös luoda ja liittyä verkkosivustoon www.avoinmaaseutu.fi, jonka kautta voisi markkinoida tutustumiskäyntejä. Sain myös ideoita brändin luomisesta, jota voisin korostaa painattamalla yritykseni imagoon sopivan keltaisen t-paidan. Tietyllä tavalla tunnen jo olevani profiloitunut hunajantuottajaksi ja mehiläishoitajaksi, koska monet tuntevat mehiläishoitoharrastukseni. Mielelläni tuon esiin kahvipöytäkeskusteluissa, että minulla on mehiläisiä. Ihmiset ovat kiinnostuneita keskustelemaan mehiläisistä. Jonkin verran olen ollut lehtihaastatteluissa, esim. Kouvolan Sanomissa, Iitin Seudussa ja Martat-lehdessä. Myös Koulutuskeskus Salpauksen intranetissä olen kertonut mehiläishoitoharrastuksestani. Toimintaa voisin alkaa varovasti laajentaa leasing-mehiläispesillä, koska minulla on olemassa 20 mehiläispesälle pesätarvikkeet. Näin voisin pikkuhiljaa alkaa laajentaa mehiläispesien vuokrausta ja kouluttaa uusia mehiläishoitajia. Pitämällä pop-up-ravintolapäivän saisin mehiläispesä-leasingia tunnetuksi.

Työajan lyhentäminen voi olla mahdollista 16 tuntiin viikossa vaiheessa 2. Lyhyemmän työajan myötä alkaisin lisätä mehiläispesiä ja ostaa pakettiauton, jolloin voisin alkaa siirtää mehiläisiä myös kauemmas kodistani paremmille hunajalaitumille. Mehiläisille ei välttämättä riitä ravintoa, jos niitä on liikaa pienellä alueella. Kaluston puhdistus- ja kunnostustyö lisääntyy pesämäärän lisäämisen myötä, mutta lyhyemmällä työajalla ehtisin sitä työtä paremmin tekemään talvisaikaan. Kesäaikaan voisin alkaa voimakkaammin markkinoida tutustumiskäyntejä mehiläistarhalle. Tätä kautta voisi saada leasing-mehiläispesiä joko omaan pihapiiriin tai mehiläishoitoa opettelevien lähiympäristöön. Kesäaikaan voisin pitää myös pienimuotoista kahviota ryhmille ja myydä tuotteita asuntovaunumyymälästä. Lisääntyneen pesämäärän ja hunajantuotannon myötä olisi syytä alkaa myös kehittää uudenlaisia tuotteita hunajasta. Naapurin käsityöohjaajan kanssa alkaisimme suunnitella yhdessä käsityökursseja talviaikaan myytäväksi.

Kolmannessa vaiheessa päätoiminen yrittäjäyys ja palkkatyöstä kokonaan irtautuminen vapauttaisi niin paljon aikaa, että uudet ideat pitäisi saada käyttöön lisääntyneen hunajatuotannon ja kummipesätoiminnan lisäksi. Irtisanominenkin saattaa tulla eteen. Yt-nevottelut ovat tätä päivää yritysmaailmassa. Päätoiminen yrittäjäyys voi syntyä pakonomaisesti työttömyyden myötä. Tällöin peltojen viljely tulisi uudelleen harkintaan. Hunajaan teemoitettuja tapahtumia, kuten polttareita, tutus-

tumiskäyntejä ja kesäaikaan mahdollisesti myös hunajaleirejä tulisi alkaa tässä vaiheessa voimakkaasti suunnitella ja markkinoida, koska ne eivät välttämättä vaadi kovin suurta taloudellista panostusta. Kodinhoitohuoneestani saa helposti tehtyä elintarvikehuoneiston, jossa voidaan valmistaa ruokaa ulkopuolisille asiakkaille. Tilaa on tulevaisuudessa myös bed & breakfast-toimintaan, kun molemmat poikani lähtevät pois kotoa opiskelemaan. Hunajakonsultin työ olisi myös kiinnostavaa, mutta toimeentulon saaminen siitä työstä tuskin on mahdollista, ennemmin voisin pitää perinteisiä kotimyyntikutsuja, esittelyä ja myyntiä samassa paketissa.



KUVIO 2. Roadmap, toimintasuunnitelma vaiheittain.

5 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tämän opinnäytetyön tavoittena oli innovoida uudenlaisia liiketoimintoja mehiläistalouteen ja sitä kautta parantaa alan kannattavuutta. Kehittämistehtäväni tavoitteena on kehittää sellainen liiketoimintojen yhdistelmä, jolla pystyisin elättämään itseni päätoimisena yrittäjänä ja samalla hyödyntämään olemassa olevaa osaamistani ja ammattitaitoani. Tärkeimmät osa-alueet, joita tulisi kehittää yhteentoimiviksi, ovat koulutus, mehiläistalous ja maanviljelys. Samalla halusin kehittää myös mehiläisalan yleistä kannattavuutta.

Johtopäätöksiin olen koonnut sellaisia liiketoimintoja, joita mielestäni kannattaisi alkaa kehittää mehiläistalouden yhteyteen perinteisen hunajantuotannon oheen. Olen kuvannut tulokset kuviossa 3 teemoittain. Toki mehiläistarhaajan henkilökohtaiset ominaisuudet ja osaaminen vaikuttavat siihen, mihin kannattaa suuntautua (kuvio 2). Maanviljelys on mahdollista vain harvoille, mehiläishoitajalla ei tarvitse itsellään olla peltoa. Mehiläispesät voi viedä toisen maille. Koulutus yhdistettynä mehiläishoittoon olisi mielestäni helpointa aloittaa pienestä toiminnasta ja siitä alkaa kasvattaa isommaksi liiketoiminnaksi. Mehiläispesien vuokraus, pesien leasing yhdistettynä mehiläishoidon opetukseen on idea, jota ehdottomasti kannattaa alkaa markkinoida eteenpäin nyt, kun taajamamehiläishoitokin on voimakkaasti vallannut alaa, ehkä liian myöhässä jo aletaan olla sen asian kanssa. Hinnoittelu voisi olla porrastettu sen mukaan, kuinka paljon aloittelija haluaa opetusta ja kuinka paljon haluaa tehdä yksinään. Hunajan linkous ja käsittely kuuluisi myös vuokrasopimukseen, koska hunajalingon ostaminen on mehiläishoidon kallein kustannus. Kaikilla ei ole mahdollisuutta pitää mehiläisiä asuinympäristössään. Mehiläisten ja kaluston ostaminen, mehiläispesän sijoituspaikka ja hunajan käsittelyvälineet ovat kaikki aloittelijan ongelmia, jotka tulevat heti eteen, kun alkaa suunnitella mehiläispesän hankkimista. Tätä kautta herää ajatus myös mehiläistarviketukkukaupan perustamisesta, joka voi olla yksi vaihtoehto mehiläistalouden liiketoiminnan laajentamiseen.

Uusien mehiläishoitajien kouluttamisen myötä voi toki olla mahdollisuus osuuskuntatyypiseen liiketoimintaan tai verkottumiseen hunajan tuotannossa ja markkinoinnissa. Yhteistyö toisen mehiläishoitajan kanssa on yksi vaihtoehto työn te-

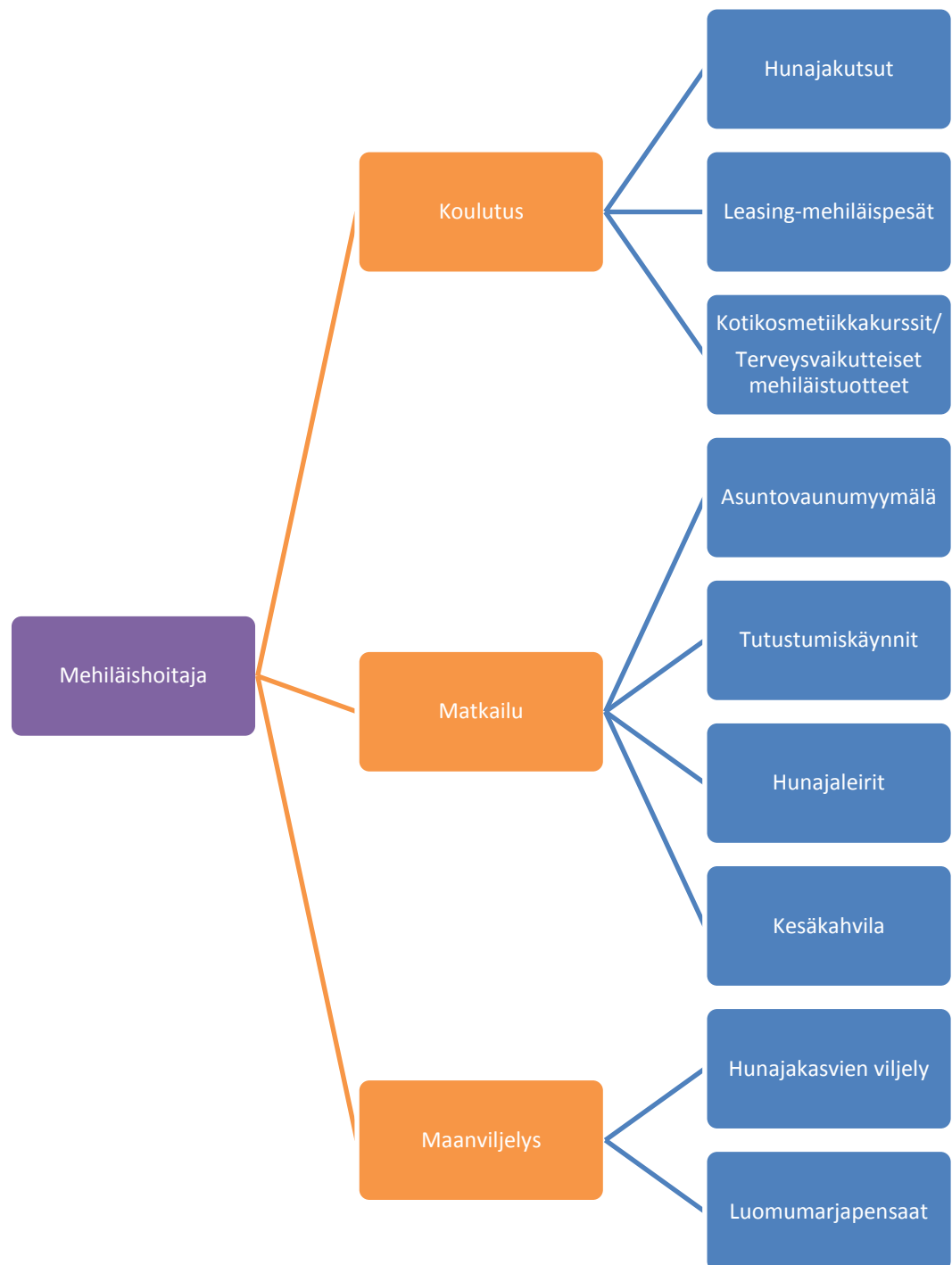
hostamiseen ja tuottavuuden parantamiseen. Sopivan yhteistyökumppanin löytäminen on oma haasteensa ja kysyy molemminpuolista joustavuutta.

Myös jalostusasteen nosto hunajan tuotantomäärien lisääntyessä tulee kysymykseen. Luettuani aikaisempia opinnäytetöitä internetistä ymmärsin, että tämän tyyppisistä yrittäjäys- ja kannattavuusaiheista tehdään jopa väitöskirjoja, pro gradu-töistä puhumattakaan. Löysin internetistä pro gradu-työn tutkimussuunnitelman vuodelta 2012 hunajantuotannon taloudellisista edellytyksistä ja tulevaisuuden näkymistä Suomessa, mutten kuitenkaan halunnut lähteä viemään omaa opinnäytetyötäni siihen suuntaan, mikä ei ole mielestäni tarkoituksaan, kun puhutaan yamk-opinnäytetyöstä.

Valitsin kehittämistehtäväni teoreettiseksi viitekehykseksi innovaatiot, joita luomalla ja verkottumalla niiden tuottamisessa ja markkinoinnissa voi kehittää liiketoimintaa. Suurin osa tulevaisuusverstaan ideoista liittyi matkailuun, joka onkin mielestäni Suomen maaseudun pelastus. Tutustumiskäynnit mehiläispesille, hunajaleirit ja käsityökurssit liittyen kotikosmetiikan, terveysvaikutteisten mehiläistuotteiden ja kynttilöiden valmistukseen ovat kaikki kehittämisen arvoisia ideoita. Myös hunajakutsut ja asuntovaunumyymälä, joiden myyntivalikoima muodostuu hunajasta ja mehiläistuotteista ovat uudenlaisia markkinointikanavia mehiläistalouden tuotteille.

Johdannossa esitin kysymyksen, pystyisinkö elättämään itseni päätoimisena yrittäjänä mehiläisalalla. Joudun vastaamaan kysymykseen kieltävästi, koska en kuitenkaan löytänyt selkeää ratkaisua kassavirtaongelmaan, miten saisin alasta pääasiallisen toimeentuloni. Lukiessani Pietiläisen, Lehtimäen ja Keson (2005) referoivaa yrittäjyystutkimusta tunnistin tekstistä itseni. Palkkatyötä tekevä ei lähde yrittäjäksi, ellei se edistä urakehitystä. Mutta työn vähentyessä ja työttömyyden uhatessa tuskin asiaa kauaa miettin. Tämän opinnäytetyön anti on ollut, että halusin luoda uutta. Pidin aihettani haastavana ja hankalana, mutta toisaalta hyvin mielenkiintoisena ja antoisana. Välillä tuntui, etten pysty etenemään aiheessani tai saamaan siitä mitään konkreettista tuotosta. Olen kuitenkin saanut luotua itselleni sopivan lopputuloksen, vaikken mullistavaa innovaatiota pystynytään ideoimaan. Opinnäytetyöni tuoma hyöty on minulle hyvin konkreettinen ja selkeä. Olen saanut yhteen pakettiin kaikki ne asiat, joita olen vuosien varrella suunnitellut. Voin

lähteä näitä ideoita viemään eteenpäin, kun ajankohta elämässäni on siihen sopiva. Yamk-opiskelu toi minulle sen, mitä olin tullut siitä hakemaan.



KUVIO 3. Toimintasuunnitelma teemoittain

LÄHTEET

Alanen, E-L., Hyvönen, T. & Kuussaari, M. 2010. Luonnonhoitopeltojen merkityksestä pölyttäjähönteisille. *Mehiläinen* 4/2010, 107-109.

Antola, T. & Pohjola, J. 2006. Innovatiivisuuden johtaminen. Helsinki: Edita.

Apilo, T., Taskinen, T. & Salkari, I. 2007. Johda innovaatioita. Helsinki: Talentum.

Fogelholm, C-M. 2009. Tuoteideasta innovaatioksi: tuoteideoiden ja keksintöjen kaupallistaminen suomalaisessa innovaatiojärjestelmässä. Tampere: Mediapinta.

Haapamatti, K. 2014. Navetan ovet auki. *Kantri* 16.4. 2014, 4-7.

Hakanen, M. 2004. PK-yrityksen strategiatyö: menetystekijöinä tieto, luovuus ja oppiminen. Helsinki: Multikustannus.

Hassinen, J. 2008. Tulevaisuusverstaas [viitattu 5.5.2014]. Saatavissa:

<http://draivi.sykli.fi/sivu/132>

Heinonen, S. 2013. Megatrendejä ja heikkoja signaaleja [viitattu 24.4.2014]. Saatavissa: <http://www.slideshare.net/SitraHyvinvointi/sirkka-heinonen-1362013-megatrendej-ja-heikkoja-signaale>

Kovala, R. 2010. Reittejä pienen yrityksen kasvuun [viitattu 3.3.2014]. Saatavissa:

<https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/25728/URN%3aNBN%3afi%3ajyu-201012213211.pdf?sequence=1>

Lampikoski, K & Lampikoski, T. 2004. Kehitä ideasi innovaatioiksi. Porvoo: WSOY.

Lehtonen, T. 2013. Kolmasosa pesistä kuoli Yhdysvalloissa. *Mehiläinen* 3/2013, 90.

Lehtonen, T. 2014. Pölytyspalvelun haasteisiin tarjolla apua. *Mehiläinen* 1/2014, 30.

Länsisalmi, H. 2013. Uudista liiketoimintaa. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Maa- ja metsätalousministeriö 2013. Hunajasadon onnistuminen riippuu säästä [viitattu 22.4.2014]. Saatavissa:

<http://www.mmm.fi/fi/index/etusivu/maatalous/maatalouspolitiikka/markkinajarjestelytjasentehtavat/mehilaistaloushunaja.html>

Mäntyneva, M. 2012. Kasvua innovaatioista. Helsinki: Kauppakamari.

Nurmela, J. 2003. Tulevaisuusverstaas –tulevaisuuden muovaamisen menetelmä.

Teoksessa Vapaavuori, M. & von Bruun, S. (toim.) 2003. Miten tutkimme tulevaisuutta? Toinen, uudistettu painos. Tulevaisuuden tutkimuksen seura: Helsinki, 200-201.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2009. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Porvoo: WSOYpro.

Peltotalo, P. 2010. Pölytysopas. Mehiläinen 2/2010, 45- 52.

Peltotalo, P. 2010. Hunajan tasausvarastointia ja mehiläistarhauksen sivujakeiden hyödyntämistä selvitetään. Mehiläinen 4/2010, 116-117.

Pietiläinen, T., Lehtimäki, H. & Keso, H. 2005. Liiketoimintaosaamisen lähtökohdat –innovatiivinen ja verkostomainen yrittäjyys [viitattu 24.4.2014]. Saatavissa: <http://www.tekes.fi/julkaisut/liiketoimintaosaaminen.pdf>

Puustinen, T. & Mäkeläinen, M. 2013. Taivas + helvetti. Espoo: One on One Publishing.

Raiskio, S. 2010. Mehiläisalan yhteistoimintastrategia [viitattu 1.3.2013]. Saatavissa: <https://portal.mtt.fi/portal/page/portal/mtt/hankkeet/hunajan-tuotekehitys>

Ruottinen, L. 2011. Mehiläistarhat kuuluvat Akaan kaupungin vihersuunnitelmaan. Mehiläinen 3/2011, 78.

Seppälä, A. 2010. Urban beekeeping guardians – kaupunkimehiläishoidon suojelijat. Mehiläinen 4/2010, 104-106.

Solatie, J. & Mäkeläinen, M. 2009. Ideasta innovaatioksi: luovuus hytötykäyttöön. Helsinki: Talentum.

Suomen Mehiläishoitajain Liitto. 2013. SML:n tavoiteasettelu 2011-2015 [viitattu 1.8.2013]. Saatavissa: <http://www.mehilaishoitajat.fi/mehilaishoitajille/sml-n-tavoiteasettelu-2011-2015/>

Tiensuu, V. 2005. Tuotteistaminen tutuksi: Esitutkimus tuotteistamisen haasteista mikroyrityksissä. Lahti: Lahden ammattikorkeakoulu.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2013. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. 10.uudistettu laitos. Helsinki: Tammi.

Vartiainen, H. 2013. Re: Hunajastako pääasiallinen toimeentulo? [sähköpostiviesti]. Vastaanottaja Venäläinen, S. Lähetetty 29.7.2013.

LIITTEET

LIITE 1

Tulevaisuusverstaan osallistujat

Heikkilä Leena, opinto-ohjaaja, ammatinopettaja, hotelli-, ravintola- ja catering-ala, Kouvolan seudun ammattiopisto.

Kärkkäinen Reetta, käsityönohjaaja. Toimiala: Maatalous, puutarhanhoito, hevoset, käsityöt.

Mikkola Jyrki, luomuviljelijä.

Mikkola Tarja, luomuviljelijä.

Tenovirta Johanna, uutistuottaja, Kouvolan Sanomat/Kymen Sanomat.

Wahlström Hilka, ammatinopettaja, hotelli-, ravintola- ja cateringala, Koulutuskeskus Salpaus

LIITE 2

Kutsu tulevaisuusverstaaseen

Hei kaikki!

Olen tekemässä opinnäytetyötäni "Mehiläistalous-harrastuksesta ammatiksi", opiskeluihini liittyen (restonomi-ylempi AMK). Kutsun sinut tutkimusryhmääni ideoimaan, keksimään uusia ideoita liiketoimintaani mehiläistalouteen liittyen.

Tarkoitus olisi kokoontua kotonani Iitissä ti 23.7.2013 klo 14. Ideointiin menee aikaa muutama tunti. Talo tarjoaa ruokaa ja juomaa ☺

Toivottavasti pääset tulemaan!

Terv, Soile

Rieskantie 251

47400 Kausala

p. 040 555 9580

soile.venalainen@mbnet.fi

LIITE 3

Tulevaisuusverstaan tuottama aineisto teemoittain

Ratkaisuja työvoimapulaan:

Oma jaksaminen muistettava, kun tekee yksin, ei voi tehdä kaikkea

Yhteistyökumppani heistä, joille olen opettanut mehiläishoitoa (samalla alihankkija)

Mahdollista työvoimaa, jota ei olisi kallista palkata: Oppisopimuskoulutettavat, maatalousalan harjoittelijat, kesätyöntekijät

Kouluttamiseen liittyvät ideat:

Leasing-mehiläispesä omalla maatilallani: Mehiläishoidon opetusta heille, jotka haluavat oppia mehiläishoitoa. Kalusto ja hunajalinko käytettävissä, hinta: 10 kg hunajaa omaan käyttöön, loput 40 kg myyntiin minulle. Tätä voisi myydä myös ryhmille: koululaiset, eläkeläiset, yhdistykset

Leasing-mehiläispesän siirto toisen pihaan -> hoidon opetus, hunajat plussana, vuokra pesästä

Hunajakonsultin työ: Kohderyhmiä: Ruoka, opiskelijat, lapset, nuoret, eläkeläiset, hunajantuottajat

Mehiläishoidon opetus omassa oppilaitoksessani, esim. vapaa-ajan kursseja

Keittokirja hunajaisista ruoista, mehiläishoito-opas

Matkailuun liittyvät, elämykselliset ideat:

Hunajaleirit (teemana esim. polttarit), telttaleiri pihassa, heille sauna ja aamupala

Juhlapaketti, johon kuuluu sauna, hoidot ja hunajaruokia ja juomia

Metsähallituksen Luontoon.fi-sivusto: Mahdollisuus tutustua mehiläishoitoon.

Vrt. lampaanpaimennusta Kolilla: 1 viikko = 400 euroa, elämysmatkailua

Kesäkahvila hunajateeman ympärille

Asuntovaunuun tehtäisiin myymälä, jota voisi siirtää eri paikkoihin, esim. erilaisiin yleisötahtumiin tai markkinoille

Markkinointi-ideat:

Brändäys, imagon luominen mm. vaatetuksella

Kotisivut opiskelijan lopputyönä/blogi

Nettikauppa/ verkkokauppa

Tukkukauppa mehiläistarvikkeille, aloituspaketti aloittaville hoitajille

Maanviljelyyn liittyvät ideat

Pellot hyötykäyttöön mehiläisiä varten. Viljelyyn hunajakasveja, esim. valko-mesikkää, joka on myös viherlannoituskasvi. Sen hunajakapasiteetti on 500 kg/ha.

Mustaviinimarjan viljely: 4 ha viherlannoituksessa, 6 ha marjapensaille, jos luomussa. Tuen osuus 200-300 euroa/hehtaari, jos on luomussa. Korjuu koneellisesti.

Lajihunajat yhdistettynä pölytyspalveluun

Muut ideat:

Karvanpoistoaine kotimaisista raaka-aineista: 15.90 e/1,5 dl Egyptistä. Raaka-aineet: sokeri, vesi, sitruunahappo, hunaja

Hunajadroppi = terveysdroppi, urheilujuoma

Hunajamarinadi tai salaattinkastike suurkeittiöille: Kuiva-aineet esim.mausteet + hunaja pussitetaan annospusseihin, asiakas lisää loput aineet. Tuotteen testaus opiskelijoilla/ esimiehillä -> tuotteen parantaminen